



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR  
INFORME EJECUTIVO

**GALICIA**  
2012

Equipo investigador



Financia



FONDO SOCIAL EUROPEO  
"El FSE invierte en tu futuro"



XUNTA  
DE GALICIA

galicia





GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR  
INFORME EJECUTIVO

**GALICIA**  
2012



Coordinación editorial: Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)  
Entidades responsables: Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)  
Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)  
Universidad de Santiago de Compostela (USC)  
Versión electrónica: <http://www.gemgalicia.org>  
ISSN: 1886-9319  
ISBN: 84-695-9073-1  
Depósito legal: C 2175-2013





**Equipo investigador**

**Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)**

Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia)  
Fausto Santamarina Fernández  
Marta Amate López  
Ana Belén Vázquez Eibes

**Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape)**

Norberto Penedo Rey  
Guillermo Viña González  
Enrique Gómez Fernández

**Universidad de Santiago de Compostela (USC)  
Red de Investigación en Emprendimiento Regional (RIER)**

Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC)  
Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC)  
María Bobillo Varela  
Nuria Calvo Babío  
Maite Cancelo Márquez  
Loreto Fernández Fernández  
Rubén Lado Sestayo  
Marta Portela Maseda  
Mercedes Teijeiro Álvarez  
M<sup>a</sup> Milagros Vivel Búa  
David Rodeiro Pazos  
Guillermo Zapata Huamaní

## Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2012

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Nacional	UCEIF-Cise Fundación Xavier de Salas Red Española de Equipos Regionales	Ricardo Hernández (Director GEM-España) Alicia Coduras Martínez (Directora Técnica GEM-España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de Cise) Álvaro Sancho González (Director de Comunicación y Desarrollo) Red Española de Equipos Regionales GEM	UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales GEM Banco Santander Fundación Nebrija Fundación Rafael del Pino Ministerio de Industria, Energía y Turismo Fundación Príncipe de Girona
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	La Caja de Canarias Caja Canarias Gobierno de Canarias. Servicio Canario de Empleo Fondo Social Europeo
Cantabria	Cátedra Pyme	Francisco Javier Martínez García (Director GEM-Cantabria) Ana Fernández Laviada (Coordinadora) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rodríguez	Banco Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Insititut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Yancy Vaillant (Director GEM-Cataluña) Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Esteban Lafuente Eduardo Gomez A. Rodrigo Olivares Contreras Marc Figuls Manoj Bayon	Diputació de Barcelona Àrea de Desenvolupament Econòmic Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover Mª José Alarcón García Mª Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Antonio Fernández Portillo	Fundación Xavier de Salas, Gobierno de Extremadura, Universidad de Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Avante Extremadura, Fundación Academia Europea de Yuste, Hoy Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain, S.L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Uvicasa, Infostock, Imedexsa, Caja Duero, La Caixa, Gestyona, S.L., Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex, Cetiex, Diputación de Badajoz, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica.

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores	
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)  Instituto Gallego de Promoción Económica (Igappe)  Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Belén Vázquez Eibes  Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández  Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babio Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez Mª Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Zapata Huamaní	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)  Instituto Gallego de Promoción Económica (Igappe)  Universidad de Santiago de Compostela (USC)  Secretaría Xeral de Universidades	
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid  Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)  Universidad Autónoma de Madrid	Iñaki Ortega Chacón (Director GEM-Madrid) Esther Caurín Aribas (Coordinadora) Iván Soto San Andrés  Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid)  Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaró Ramos	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid	
Comunidad de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)  Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)  Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaró Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret Jose Andres López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan Emprendemos Crece con Europa Universidad de Murcia	
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Daniel Calvo Ibero	Gobierno de Navarra Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra	
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad Deusto Business School  Universidad del País Vasco  Mondragón Unibertsitatea  Universitat Autònoma de Barcelona	Iñaki Peña (Director GEM-País Vasco) José L. González-Pernía Maribel Guerrero  María Saiz Jon Hoyos  Saioa Arando  David Urbano	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro	Josep Ribó Joaquín Vallés		



Lo acontecido en estos últimos años, con una situación altamente compleja en nuestro entorno, ha afectado en mayor o menor medida a todos los ámbitos de la actividad económica de nuestra sociedad, incluyendo a personas, empresas e instituciones.

En función de dónde orientemos nuestro análisis, podremos tener una visión u otra de cuál es la situación presente y prever algunas tendencias relevantes de un futuro incierto. Para ello, es necesario, más que nunca, contar con indicadores fiables y consolidados que nos permitan abstraernos de situaciones emocionales, particulares, sectoriales o locales.

Y para contribuir a esta labor, en el ámbito de la actividad emprendedora de nuestra comunidad, realizamos esta presentación: una nueva edición del Informe GEM Galicia, la del 2012, la octava desde aquella ilusionante primera del año 2005. En estos años, el universo de equipos investigadores e instituciones que integran el proyecto internacional GEM no ha sido ajeno a cambios y ha vivido modificaciones significativas, pero siempre ha mantenido el compromiso de presentar anualmente un documento que aporta claves para conocer la actividad emprendedora en su ámbito de actuación. Nos alegra comprobar cómo, a lo largo de este tiempo, se ha conseguido su utilización como un indicador de referencia para instituciones y profesionales.

Al analizar la actividad emprendedora, no solo es necesario conocer el dato cuantitativo que nos proporcionaría el valor absoluto del TEA u otro indicador de otra fuente. Siempre podría producirnos cierto desencanto, ya que seguramente querríamos que fuera mayor. En este sentido, GEM se convierte en una herramienta que nos permite realizar un análisis comparado: con nosotros mismos, en una serie temporal y con otras regiones de España u otros países (tanto a nivel comunitario como con respecto a otras zonas económicas), con los que podemos poner en relación los resultados alcanzados.

No solo eso, sino también la calidad de ese dato absoluto comparado. Aspectos sobre cómo evoluciona el perfil del emprendedor en cuanto a la edad a la que emprende, su género, formación, nivel de renta, etc., junto a otros elementos como aspectos motivacionales o la influencia que tiene el entorno, permiten disponer de una adecuada radiografía del sujeto objeto de nuestro estudio, la persona emprendedora, agente imprescindible para la transformación socioeconómica de nuestra comunidad.

A ese conocimiento intentamos contribuir, modesta pero decididamente, quienes formamos parte del Equipo GEM Galicia, en estos tiempos de crisis, de oportunidades, de esfuerzos, de reorientaciones o de búsqueda de soluciones; en definitiva, de actitud emprendedora.



# Tabla de contenidos

T

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2012 .....	4
Presentación .....	7
Introducción .....	13
0.1. El proyecto de investigación GEM .....	13
0.2. El modelo conceptual GEM .....	13
0.3. <i>Balanced Scorecard</i> o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 2012 .....	17
Resumen ejecutivo   <i>Resumo executivo</i>   <i>Executive summary</i> .....	19
Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial .....	29
1.1. Introducción .....	29
1.2. Índice de actividad emprendedora y evolución temporal .....	30
1.2.1. Contexto nacional .....	32
1.2.2. Motivación para emprender .....	33
1.3. Dinámica empresarial .....	34
1.3.1. Consolidación de iniciativas: contexto nacional y evolución temporal .....	34
1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras: motivación y relevo empresarial .....	35
1.3.3. Potencial emprendedor: contexto nacional y evolución temporal .....	37
1.4. Contexto internacional de los resultados .....	38
1.5. Desglose del índice de actividad emprendedora Galicia 2012 .....	41
Capítulo 2. Perfil socioeconómico del emprendedor .....	43
2.1. Introducción .....	43
2.2. Sexo .....	43
2.3. Edad .....	44
2.4. Nivel de estudios .....	45
2.5. Posesión de formación específica para emprender .....	45
2.6. Nivel de renta anual .....	46
2.7. Implantación en entorno rural o urbano .....	46
2.8. Situación laboral y dedicación .....	47
2.9. Origen .....	48

2.10. Tamaño del hogar (hábitat).....	48
2.11. Participación del inversor informal.....	49
2.12. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal.....	50
<b>Capítulo 3. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor .....</b>	<b>53</b>
3.1. Introducción.....	53
3.2. Sector de actividad .....	53
3.3. Dimensión en función del número de propietarios y trabajadores.....	55
3.4. Grado de innovación y uso de nuevas tecnologías.....	57
3.5. Nivel de competencia en el mercado y previsión de expansión e internacionalización .....	59
3.6. Caracterización de las actividades resultantes del proceso emprendedor .....	63
<b>Capítulo 4. El proceso emprendedor en función del sexo.....</b>	<b>65</b>
4.1. Introducción.....	65
4.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial.....	65
4.3. Perfil socioeconómico .....	66
4.4. Características de la actividad emprendedora .....	68
4.5. Factores psicológicos y sociales .....	70
4.6. Síntesis del proceso emprendedor en función del sexo .....	71
<b>Capítulo 5. Educación superior y emprendimiento.....</b>	<b>73</b>
5.1. Introducción.....	73
5.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial.....	73
5.3. Perfil socioeconómico .....	73
5.4. Características de la actividad emprendedora .....	74
5.5. Factores psicológicos y sociales .....	76
5.6. Síntesis del proceso emprendedor de los universitarios en Galicia.....	77



Capítulo 6. La influencia del entorno para emprender .....	79
6.1. Introducción.....	79
6.2. Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender.....	79
6.2.1. Percepción de buenas oportunidades .....	79
6.2.2. Motivación y entorno social.....	82
6.2.3. Habilidades y conocimientos .....	84
6.2.4. Determinantes del emprendimiento y relación con nuestro entorno .....	86
6.3. Evaluación de los expertos respecto a las condiciones del entorno para emprender.....	90
6.3.1. Análisis general del entorno para emprender.....	90
6.3.2. Obstáculos .....	92
6.3.3. Factores determinantes de estímulo.....	92
6.3.4. Recomendaciones de los expertos .....	93
Índice de tablas y figuras.....	95
Bibliografía.....	101
El Consorcio GEM.....	103



## 0.1. El proyecto de investigación GEM

GEM es un observatorio internacional cuyo objetivo es analizar y evaluar el impacto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico como factor determinante para el desarrollo y bienestar de las sociedades en las que se desarrolla. Ello ha supuesto un reto frente a la tendencia tradicional de analizar el desarrollo económico y el crecimiento sobre la base del estudio de las grandes corporaciones, a las que se consideraba los principales agentes del crecimiento en las economías modernas.

Los resultados de la investigación GEM facilitan el conocimiento de la actividad emprendedora y proporcionan información para su estudio, permitiendo:

- Establecer comparaciones entre las diferentes economías.
- Determinar el modo en el que influye en el crecimiento económico.
- Identificar los factores que la favorecen y/o dificultan.
- Orientar a quienes tienen capacidad de decisión para proponer políticas eficaces y específicas.

El primer informe GEM, que solo se refería a diez economías desarrolladas, se llevó a cabo en el año 1999, de la mano de la London Business School (Reino Unido) y el Babson College (Estados Unidos). Catorce años después, en su edición de 2012, GEM ha medido la actividad emprendedora en sesenta y nueve economías, lo que le convierte en el estudio longitudinal sobre emprendimiento más importante del mundo.

España se integró en el proyecto en el año 2000, con el equipo nacional del IE Business School. A partir del año 2003, el proyecto comenzó a crecer con la incorporación de la práctica totalidad de comunidades y ciudades autónomas, que llevan a cabo estudios regionales independientes de carácter anual. En 2011, el proyecto inició una etapa de transición, con la Fundación Xavier de Salas como entidad interlocutora de los equipos regionales ante la Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Esta etapa ha finalizado en 2012, con la incorporación del Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) como institución que lidera el proyecto en España.

Galicia se sumó a la iniciativa con el Informe GEM Galicia 2005. Las ocho ediciones consecutivas publicadas hasta la fecha son un ejemplo de colaboración entre la Confederación de Empresarios de Galicia, el Instituto Gallego de Promoción Económica, que da continuidad a BIC Galicia en la presente edición, y la Universidad de Santiago de Compostela.

## 0.2. El modelo conceptual GEM

### Definición de emprendedor

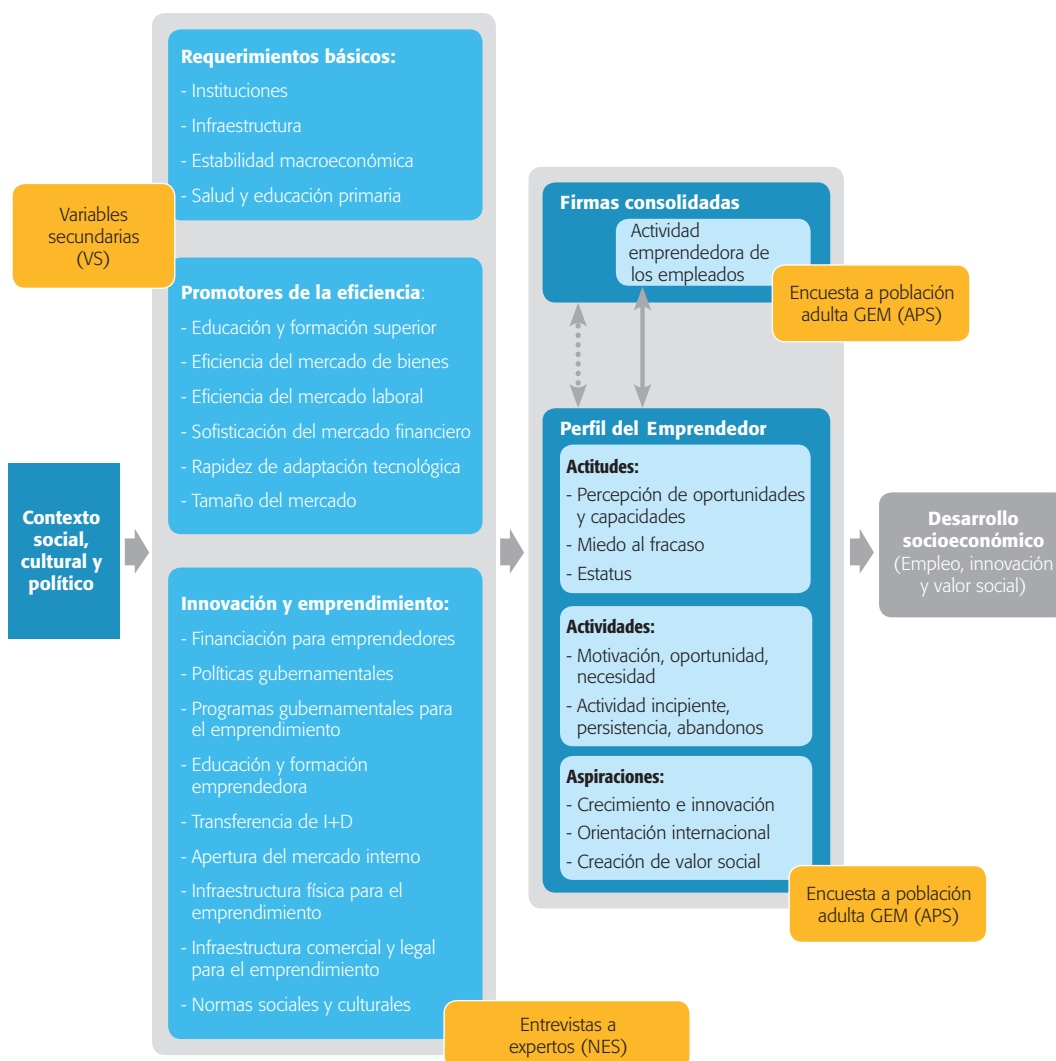
GEM considera que emprendedor es toda persona adulta (de 18 a 64 años) que se encuentra inmersa en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del que va a poseer parte o la totalidad, y/o que es propietario o gerente de un negocio o empresa joven. La definición incluye el autoempleo.

Cada informe GEM se centra en el estudio de cómo las personas intervienen a lo largo del proceso emprendedor, lo que proporciona una visión que va más allá de la que se obtiene a partir de los registros oficiales de empresas, pues aporta información tanto sobre las iniciativas nuevas como sobre la etapa previa y posterior a su puesta en marcha.

## Modelo teórico

El modelo teórico GEM (figura 0.1) parte del contexto institucional y sus efectos en el emprendimiento y, por tanto, en el desarrollo económico de un país o región. A partir de ahí analiza los requerimientos básicos, los promotores de la eficiencia y nueve condiciones del entorno que influyen en las decisiones de los individuos para promover iniciativas emprendedoras, así como en el perfil del emprendedor. La figura también identifica la actividad emprendedora de los empleados, o aquella que desarrollan o lideran actividades de negocio para sus empleadores. Este tipo de emprendimiento fue objeto de estudio especial en 2011.

Figura 0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento

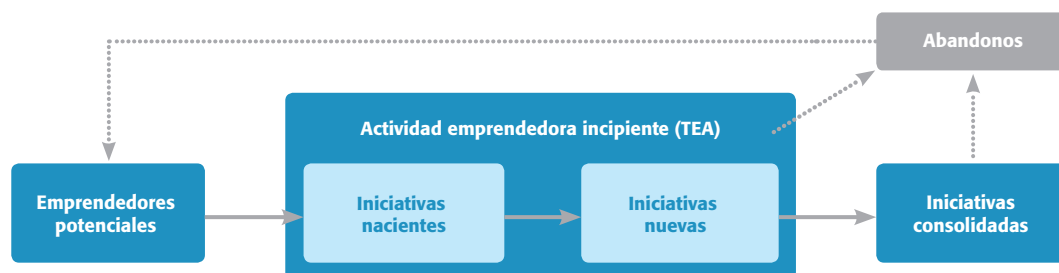


## Fases del proceso emprendedor

GEM mide la actividad emprendedora, concepto distinto del registro anual de empresas, diferenciando entre actividades que se están poniendo en marcha, que pueden o no estar registradas, y actividades en fase de consolidación, de hasta tres años y medio de vida, considerando todos los sectores y el autoempleo. Por consiguiente, los resultados facilitados por GEM se refieren a iniciativas no registradas al cierre de la edición y también a actividades registradas en años anteriores.

Así, considera que el emprendimiento es un proceso con diferentes fases, que van desde la intención de poner en marcha una iniciativa a su consolidación o abandono. La figura 0.2 representa este proceso, si bien no se puede concluir que una fase conduzca a la siguiente (por ejemplo, puede haber un enorme número de emprendedores potenciales, pero ello no siempre se corresponde con una elevada tasa de actividad empresarial). En este sentido, las flechas de la figura no son conexiones determinantes, sino que sugieren la naturaleza de las relaciones entre las diferentes fases, cuya definición y estructura resulta especialmente útil para la evaluación del estado del emprendimiento.

Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos GEM



Siguiendo este esquema teórico y lineal, el proceso se inicia con emprendedores potenciales, es decir, personas que consideran que poseen las capacidades para poner en marcha un negocio, perciben una oportunidad en el mercado y no tienen miedo al fracaso. En algunos emprendedores, su intención de poner en marcha un negocio se ve reforzada por la buena imagen y el estatus social de estos individuos o la visión positiva que aportan los medios de comunicación sobre ellos.

La siguiente fase corresponde a las iniciativas nacientes, es decir, de menos de tres meses de actividad, que no siempre alcanzan la siguiente etapa. Las iniciativas nuevas son aquellas que superan esa fase inicial pero que todavía no han llegado a los tres años y medio de actividad. La suma de las iniciativas nacientes y nuevas constituye la actividad emprendedora incipiente o TEA (*Total Entrepreneurial Activity* en su denominación en inglés), una de las aportaciones más destacadas del Proyecto GEM.

Las iniciativas consolidadas son aquellas que superan los tres años y medio de actividad. Es muy importante analizar el comportamiento de los emprendedores consolidados, así como el de aquellos que han abandonado, pues representan un factor clave para otros emprendedores (por ejemplo, aportándoles financiación, asesoramiento u otro tipo de apoyo). Además, pueden volver a convertirse en emprendedores que ponen en marcha nuevas iniciativas o fomentar una actitud emprendedora como empleados.

## Medición del emprendimiento

GEM proporciona una visión completa de los emprendedores de todo el mundo, midiendo las actitudes de la población ante el emprendimiento y las características de las personas que participan en las distintas fases del proceso emprendedor. Asimismo, también considera las aspiraciones de los emprendedores respecto a sus negocios y las características de estos.

La primera unidad de medida del emprendimiento que utiliza GEM es el índice TEA o índice de actividad emprendedora incipiente total (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity Index* en su terminología inglesa), que se corresponde con el nivel de actividad emprendedora de una economía y equivale a la incidencia de las iniciativas nacientes y nuevas medida en porcentaje de la población de 18 a 64 años.

Otra medida importante es la relativa a los diferentes tipos de iniciativas emprendedoras. Las personas que inician negocios en respuesta a la falta de otras opciones para obtener ingresos se consideran emprendedores por necesidad, mientras que los que comienzan un negocio con la intención de explotar una oportunidad se identifican como emprendedores por oportunidad. Este último grupo incluye a personas que aspiran a mantener o mejorar sus ingresos, así como a incrementar su independencia.

## Fuentes de información GEM Galicia 2012

Para poder proporcionar indicadores fiables sobre la actividad emprendedora y llevar a cabo comparaciones significativas, todos los investigadores GEM siguen una metodología común y utilizan instrumentos de investigación armonizados.

GEM recopila los datos en ciclos anuales de dos fuentes de información propias:

→ Encuesta a población adulta (*Adult Population Survey* o APS)

Cada país o región participante lleva a cabo una encuesta aleatoria a su población, de 2.000 individuos como mínimo. Esta se realiza de forma simultánea en todo el mundo (generalmente entre abril y julio), utilizando un mismo cuestionario formulado por el Consorcio GEM. La APS se lleva a cabo por un proveedor independiente, elegido sobre la base de su oferta investigadora. Los datos originales se envían directamente al equipo de investigación GEM mundial para su supervisión y realización de cálculos uniformes antes de hacerlos accesibles a los equipos nacionales y regionales participantes.

→ Entrevistas a expertos (*National Experts Survey* o NES)

Esta encuesta proporciona información sobre el entorno para la creación de empresas referido a nueve condiciones marco: financiación; políticas gubernamentales; programas gubernamentales; educación y formación; transferencia de investigación y desarrollo; infraestructuras comerciales; apertura del mercado interno; infraestructura física, y normas sociales y culturales. Al menos debe entrevistarse a treinta y seis personas (cuatro por condición de entorno), de las cuales el 25% deben ser empresarios y el 50% profesionales. En su selección, deben tenerse en cuenta factores como la distribución geográfica, el género, la pertenencia al sector público o el nivel de experiencia.

Asimismo, además de las fuentes específicas del proyecto, GEM utiliza datos procedentes de organismos internacionales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional o las Naciones Unidas, o nacionales como el Instituto Nacional de Estadística. Estos datos se utilizan para añadir información de contexto, así como para explicar las relaciones entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico.

Tabla 0.1. Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia

Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia	
Universo	Población residente en Galicia de 18 a 64 años
Población objetivo	1.772.288 individuos
Muestra	2.000 individuos
Margen de confianza	95,5%
Error muestral	± 2,19% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Periodo de realización de la encuesta	Mayo-julio de 2012
Grabación y creación de bases de datos	Instituto Opinómetro

Tabla 0.2. Distribución de las entrevistas a población por sexo y provincia

Provincia	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
A Coruña	398	422	820
Lugo	122	131	253
Ourense	116	123	239
Pontevedra	342	346	688
Total	978	1.022	2.000

### 0.3. *Balanced Scorecard* o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 2012

A continuación se presenta una selección de los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Galicia 2012, así como su comparación respecto a los resultados de 2011.

BALANCED SCORECARD GEM GALICIA 2011-2012		
Concepto: TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en España	2011	2012
TEA total	4,72	5,13
TEA femenino (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,08	4,49
TEA masculino (sobre total de población masculina de 18-64 años)	5,39	5,79
Concepto: Distribución del TEA, tomado como 100%	2011	2012
% TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	17,73	31,05
% TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	77,06	68,95
% TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,21	0
% TEA sector extractivo	10,93	9,00
% TEA sector transformador	18,17	13,05
% TEA sector servicios a empresas	17,11	19,22
% TEA sector orientado al consumo	53,79	58,73
% TEA sin empleados	69,30	53,17
% TEA con 1-5 empleados	23,42	39,38
% TEA con 6-19 empleados	4,88	7,45
% TEA con 20 o más empleados	2,40	0
% TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	18,24	13,51
% TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	12,65	8,29
% TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	18,25	15,38
% TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media y alta	7,41	5,84
% TEA iniciativas que exportan en algún grado	17,42	21,91
% TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	1,08	0,95
Concepto: Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2011	2012
% Percepción de oportunidades para la creación de empresas	30,62	31,88
% Posesión de habilidades/conocimientos para emprender	92,56	87,10
% Temor al fracaso	36,12	34,00
% Intención de emprender en los próximos tres años	8,96	8,13
% Abandono de actividad	2,27	2,15
% Inversión informal	3,62	3,04

Evolución:  Valor que aumenta respecto a 2011;  Valor que disminuye respecto a 2011





## Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En Galicia continúa, por segundo año consecutivo, la recuperación de la actividad emprendedora. Esta tendencia se traduce en un TEA del 5,13, que corresponde al porcentaje de población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras de menos de 42 meses de actividad. Este valor sitúa a Galicia en un nivel similar al de 2009, aunque está por debajo del que se alcanza en España en la presente edición (5,70). El ascenso responde fundamentalmente al incremento de quienes dan unos primeros pasos para la puesta en marcha de un negocio (iniciativas nacientes), aunque esas gestiones no siempre se materializan en el comienzo efectivo de una actividad empresarial (iniciativas nuevas, de 3 a 42 meses).

El análisis de las razones que llevan a emprender refleja un importante aumento del emprendimiento por necesidad, que prácticamente se duplica respecto al año 2011. Destaca también el aumento de quienes, tras emprender para aprovechar una oportunidad de negocio, buscan incrementar sus ingresos (39,40%).

En cuanto a la dinámica empresarial, desciende ligeramente la intención emprendedora, si bien este resultado se ve compensado con una evolución positiva de la tasa de consolidación de las iniciativas (más de 42 meses), acompañada de un nivel de cierre efectivo de negocios inferior a la media nacional y al que se observaba en 2011. Esta tasa de cierres es inferior a la de iniciativas potenciales o nacientes, lo que permite una regeneración empresarial positiva.

Con todo ello, se puede afirmar que, si bien ha aumentado el número de personas que comienzan su actividad en estos dos últimos años, los tres primeros meses de vida de sus iniciativas son especialmente críticos, pues muchas no logran superarlos. Sin embargo, una vez superado este periodo, la tasa de consolidación en Galicia no solo crece, sino que se mantiene entre las más altas del conjunto de las comunidades autónomas españolas.

## Perfil socioeconómico del emprendedor

En 2012, el perfil medio del emprendedor de Galicia es el de un hombre de origen español, de unos 40 años de edad, con estudios superiores (de formación profesional o universitarios) y cierta formación específica para emprender, que desarrolla su iniciativa en un entorno urbano, con un tamaño medio de hogar inferior a cuatro miembros e ingresos anuales por debajo de los 30.000 euros, como empleado activo con dedicación a tiempo completo.

En relación con 2011, continúa aumentando la presencia de mujeres en la generación de nuevas iniciativas emprendedoras, al tiempo que disminuye su diferencia con respecto a la de los hombres a lo largo del proceso. Asimismo, asciende la edad media de los emprendedores (de 37 a 40 años), con un escaso protagonismo de los jóvenes de 18 a 24 años. También se incrementa el porcentaje de emprendedores con estudios universitarios que ponen en marcha nuevos negocios, y es entre los emprendedores con estudios obligatorios donde se observa un mayor aumento de la tasa de abandonos. Por otro lado, descienden los emprendedores nuevos que perciben rentas de 40.001 a 60.000 euros, al tiempo que aumentan los perceptores de rentas que oscilan entre 20.001 y 40.000 euros. Por último, retrocede la inversión informal, tanto en relación con 2011 como con el resto de España.

## Características de las iniciativas emprendedoras

La prevalencia del sector de servicios orientados al consumo destaca en todas las fases del proceso emprendedor, así como el carácter individual de las iniciativas, pues alrededor del 60% de las incipientes y el 68% de las consolidadas son propiedad de una sola persona. Ello responde en numerosas ocasiones a que se trata de actividades de autoempleo, lo que también explica en gran medida la amplia presencia de microempresas en la fase incipiente, con escasa previsión de generación de empleo.

Asimismo, en 2012 se constata una reducción del porcentaje de iniciativas totalmente innovadoras, especialmente entre las empresas consolidadas (solo el 18,96% innovan total o parcialmente), a lo que se suma el escaso nivel tecnológico del sector (en torno al 95% de las iniciativas incipientes y consolidadas lo consideran bajo) y el uso mayoritario de tecnologías de más de cinco años (en casi el 60% de las iniciativas incipientes y por encima del 80% en las consolidadas), así como que más del 90% de los emprendedores perciben alguna o mucha competencia y cerca del 75% no tienen perspectivas de expansión.

Como rasgos positivos, cabe mencionar que las iniciativas consolidadas mejoran su previsión de expansión respecto a la edición anterior, aunque sea sin acudir al uso de las nuevas tecnologías. Asimismo, la exportación aumenta ligeramente en la fase incipiente sin superar el tramo del 25% de producción.

## El proceso emprendedor de la mujer

El TEA femenino (4,49) se mantiene por debajo del masculino (5,79), aunque recorta posiciones, siendo la diferencia entre ambos la menor desde el año 2008.

El perfil de la emprendedora de Galicia se encuentra en el tramo de edad comprendido entre los 35 y 44 años, posee estudios universitarios, procede de un entorno urbano y se encuentra en situación laboral de empleo activo. Además, manifiesta tener una formación específica para emprender y se dedica a tiempo completo a su negocio.

Respecto a las características de su actividad empresarial, se mantiene el porcentaje de emprendedoras que crean su empresa de forma individual (53,67%), opera en el sector de servicios de consumo y, aunque mantiene su presencia en sectores con baja o nula tecnología, aumenta su vocación internacional. En relación con la edición anterior y con respecto a la media en España, se observa que la emprendedora de Galicia presenta un mayor número de empleados y prevé incrementar el tamaño de su plantilla.

Para finalizar, con valores por encima de los de 2011, la emprendedora de Galicia identifica más oportunidades para emprender que el hombre, así como que la media española (casi triplica su valoración). En cambio, empeoran sus habilidades y conocimientos para emprender, al tiempo que manifiesta un menor temor al fracaso.

## Educación superior y emprendimiento

En 2012, se identifican diferencias significativas entre emprendedores con estudios universitarios y sin ellos. Por un lado, son los universitarios los que manifiestan una mayor intención emprendedora y ponen en marcha más iniciativas, pero, por otro, son quienes no tienen estudios universitarios los que consiguen un mayor nivel de consolidación de sus iniciativas.

Aumenta el porcentaje de emprendedores universitarios en el tramo de edad más joven (25 a 34 años), lo que conlleva una reducción significativa de la edad media. La gran mayoría de los emprendedores son empleados activos, siendo el porcentaje de los universitarios (93,5%) casi diez puntos superior al de los emprendedores no universitarios.

Por sector de actividad, la mayoría de los negocios creados en Galicia es de servicios, con una diferencia muy acusada por nivel de estudios en los orientados a empresas, en donde un amplio 46,11% (veinte puntos más que en 2011) tiene estudios universitarios, frente al 7% que no los posee.

En cuanto a la dimensión empresarial, la gran mayoría se puede clasificar como microempresas, pero se aprecian diferencias significativas respecto a 2011 cuando se analiza el nivel de estudios de los emprendedores. Los universitarios que no crean empleo pasaron del 79,25% al 40,87%, y un 47,85% dispone de 1 a 5 empleados. Además, los emprendedores universitarios muestran mayores expectativas de aumentar la plantilla en el futuro, dado que son el 86,78% de los casos los que se muestran optimistas sobre esta cuestión, frente al 64,94% en el caso de los emprendedores no universitarios.

Aunque entre los emprendedores universitarios siguen predominando claramente las iniciativas desarrolladas en sectores con bajo nivel tecnológico (en torno al 84%), aumenta muy significativamente el porcentaje de los que manifiestan ofrecer productos o servicios total o parcialmente innovadores (43,24%) y

ligeramente los que emplean tecnología nueva o reciente (49,55%), siendo en este último caso donde la diferencia es mayor respecto a no universitarios (36,52%).

En 2012 disminuye el porcentaje de emprendedores universitarios que perciben oportunidades para emprender. Asimismo, su temor al fracaso es superior al de los emprendedores no universitarios, y se ha incrementado la proporción respecto a 2011.

## Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender

Se mantiene el porcentaje de la población (11,29%) que percibe buenas oportunidades para el emprendimiento en relación con 2011. Este valor es ligeramente inferior al registrado en España (13,9%) donde, pese a estar por encima, continúa una tendencia negativa.

En relación con los factores psicológicos y sociales que pueden incidir en el emprendedor, mejora la valoración media que la población gallega hace de una mayor igualdad en los niveles de vida y de una adecuada cobertura en los medios de comunicación sobre la actividad emprendedora. Por su parte, los expertos otorgan a todos los factores analizados puntuaciones similares a las del año anterior y, en cualquier caso, superiores a las obtenidas para España. No obstante, pueden destacarse la mejora en la valoración del reconocimiento y prestigio social del emprendedor, la repercusión de su actividad en los medios de comunicación y su positiva identificación por la sociedad. En cuanto al temor al fracaso, Galicia se sitúa por encima de la media nacional.

Al igual que en otras regiones, se ha producido un empeoramiento del reconocimiento de habilidades y conocimientos para crear una empresa, dado que solo lo identifica el 45,4% de la población de Galicia. Sin embargo, los expertos son más optimistas y muestran una valoración media superior de estos aspectos en relación con el informe anterior y, en términos generales, sitúan a Galicia muy cerca de la media nacional.

Por último, un análisis comparativo entre emprendedores y no emprendedores de los factores psicosociales que se identifican como determinantes del emprendimiento, muestra que los primeros presentan menos aversión al riesgo, perciben más oportunidades en el mercado, tienen más conocimientos y habilidades para crear un negocio y conocen a más emprendedores.

## Condiciones de entorno para emprender

En relación con el informe anterior, mejora la valoración global que los expertos realizan del entorno para emprender en Galicia, que además supera, en términos generales, la otorgada a España. De este modo, destacan la disponibilidad de infraestructura física, la atención a la innovación desde el punto de vista de los consumidores y el apoyo a la mujer. Por otra parte, señalan que las condiciones menos favorables para el emprendimiento son la formación emprendedora en la educación primaria y secundaria, así como el apoyo financiero y la presencia de barreras en el mercado interior.

No obstante, y al igual que en 2011, más de la mitad de los expertos consultados ha identificado un apoyo financiero inadecuado como el principal obstáculo para la creación de nuevas empresas en Galicia. Al mismo tiempo, y como diferencia destacada respecto al informe precedente, consideran que el clima económico actual también ejerce una influencia negativa. Y, en tercer lugar, citan como barreras al emprendimiento la educación y la formación, así como las políticas gubernamentales.

Por el contrario, los principales estímulos al emprendimiento, en opinión de los expertos, son el entorno económico actual y la apertura del mercado. Asimismo, destaca la mejora en la valoración otorgada a la infraestructura comercial y profesional que, identificada por un 8,33% de los expertos, se sitúa en la tercera posición, junto con la educación y la formación y las políticas del gobierno, que también tienen ese porcentaje de representación.

Finalmente, las principales recomendaciones de los expertos para impulsar la actividad emprendedora gallega son la mejora en la disposición de recursos financieros, en las políticas públicas y en los contenidos de la educación y formación.

### Actividade emprendedora e dinámica empresarial

En Galicia continúa, por segundo ano consecutivo, a recuperación da actividade emprendedora. Esta tendencia tradúcese nun TEA do 5,13, que corresponde á porcentaxe de poboación adulta involucrada en iniciativas emprendedoras de menos de 42 meses de actividade. Este valor sitúa a Galicia nun nivel similar ao de 2009, aínda que está por baixo do que se alcanza en España na presente edición (5,70). O ascenso responde fundamentalmente ao incremento de quen dá uns primeiros pasos para a posta en marcha dun negocio (iniciativas nacentes), aínda que esas xestións non sempre se materializan no comezo efectivo dunha actividade empresarial (iniciativas novas, de 3 a 42 meses).

A análise das razóns que levan a emprender reflicte un importante aumento do emprendemento por necesidade, que practicamente se duplica respecto ao ano 2011. Destaca tamén o aumento de quen, tras emprender para aproveitar unha oportunidade de negocio, busca incrementar os seus ingresos (39,40%).

En canto á dinámica empresarial, descende lixeiramente a intención emprendedora, aínda que este resultado se ve compensado cunha evolución positiva da taxa de consolidación das iniciativas (máis de 42 meses), acompañada dun nivel de peche efectivo de negocios inferior á media nacional e ao que se observaba en 2011. Esta taxa de peches é inferior á de iniciativas potenciais ou nacentes, o que permite unha rexeneración empresarial positiva.

Con todo iso, pódese afirmar que, aínda que aumentou o número de persoas que comezan a súa actividade nestes dous últimos anos, os tres primeiros meses de vida das súas iniciativas son especialmente críticos, pois moitas non os logran superar. Con todo, unha vez superado este período, a taxa de consolidación en Galicia non só medra, senón que se mantén entre as máis altas do conxunto das comunidades autónomas españolas.

### Perfil socioeconómico do emprendedor

En 2012, o perfil medio do emprendedor de Galicia é o dun home de orixe española, duns 40 anos de idade, con estudos superiores (de formación profesional ou universitarios) e certa formación específica para emprender, que desenvolve a súa iniciativa nun contorno urbano, cun tamaño medio de fogar inferior a catro membros e ingresos anuais por baixo dos 30.000 euros como empregado activo con dedicación a tempo completo.

En relación con 2011, continúa a aumentar a presenza de mulleres na xeración de novas iniciativas emprendedoras, á vez que diminúe a súa diferenza con respecto á dos homes ao longo do proceso. Así mesmo, ascende a idade media dos emprendedores (de 37 a 40 anos), cun escaso protagonismo dos mozos de 18 a 24 anos. Tamén se incrementa a porcentaxe de emprendedores con estudos universitarios que poñen en marcha novos negocios, e é entre os emprendedores con estudos obrigatorios onde se observa un maior aumento da taxa de abandonos. Doutra banda, descenden os emprendedores novos que perciben rendas de 40.001 a 60.000 euros, á vez que aumentan os perceptores de rendas que oscilan entre 20.001 e 40.000 euros. Para rematar, retrocede o investimento informal, tanto en relación con 2011 coma co resto de España.

### Características das iniciativas emprendedoras

A prevalencia do sector de servizos orientados ao consumo destaca en todas as fases do proceso emprendedor, así como o carácter individual das iniciativas, pois ao redor do 60% das incipientes e o 68% das consolidadas son propiedade dunha soa persoa. Iso responde en numerosas ocasións a que se trata de actividades de autoemprego, o que tamén explica en gran medida a ampla presenza de microempresas na fase incipiente, con escasa previsión de xeración de emprego.

Así mesmo, en 2012 conséntase unha redución da porcentaxe de iniciativas totalmente innovadoras, especialmente entre as empresas consolidadas (só o 18,96% innovan total ou parcialmente), ao que se suma o escaso nivel tecnolóxico do sector (ao redor do 95% das iniciativas incipientes e consolidadas consideran baixo) e o uso maioritario de tecnoloxías de máis de cinco anos (en case o 60% das iniciativas incipientes e por riba do 80% nas consolidadas), así como que máis do 90% dos emprendedores perciben algunha ou moita competencia e cerca do 75% non teñen perspectivas de expansión.

Como trazos positivos, cómpre mencionar que as iniciativas consolidadas melloran a súa previsión de expansión respecto da edición anterior, aínda que sexa sen acudir ao uso das novas tecnoloxías. Así mesmo, a exportación aumenta lixeiramente na fase incipiente, sen superar o tramo do 25% de produción.

## O proceso emprendedor da muller

O TEA feminino (4,49) mantense por baixo do masculino (5,79), aínda que recorta posicións, sendo a diferenza entre ambos os dous a menor desde o ano 2008.

O perfil da emprendedora de Galicia atópase no tramo de idade comprendido entre os 35 e os 44 anos, posúe estudos universitarios, procede dun ámbito urbano e atópase en situación laboral de emprego activo. Ademais, manifesta ter unha formación específica para emprender e dedícase a tempo completo ao seu negocio.

Respecto das características da súa actividade empresarial, mantense a porcentaxe de emprendedoras que crean a súa empresa de forma individual (53,67%), opera no sector de servizos de consumo e, aínda que mantén a súa presenza en sectores con baixa ou nula tecnoloxía, aumenta a súa vocación internacional. En relación coa edición anterior e con respecto á media en España, obsérvase que a emprendedora de Galicia presenta un maior número de empregados e prevé incrementar o tamaño do seu persoal.

Para finalizar, con valores por riba dos de 2011, a muller emprendedora de Galicia identifica máis oportunidades para emprender ca o home, así como que a media española (case triplica a súa valoración). En cambio, empeoran as súas habilidades e coñecementos para emprender, á vez que manifesta un menor temor ao fracaso.

## Educación superior e emprendemento

En 2012 identifícanse diferenzas significativas entre emprendedores con estudos universitarios e sen eles. Por unha banda, son os universitarios os que manifestan unha maior intención emprendedora e poñen en marcha máis iniciativas, pero, por outra, son os que non teñen estudos universitarios os que conseguen un maior nivel de consolidación das súas iniciativas.

Aumenta a porcentaxe de emprendedores universitarios no tramo de idade máis nova (de 25 a 34 anos), o que comporta unha redución significativa da idade media. A gran maioría dos emprendedores son empregados activos, sendo a porcentaxe dos universitarios (93,5%) case dez puntos superior ao dos emprendedores non universitarios.

Por sector de actividade, a maioría dos negocios creados en Galicia é de servizos, cunha diferenza moi acusada por nivel de estudos nos orientados a empresas, onde un amplo 46,11% (vinte puntos máis que en 2011) ten estudos universitarios, fronte ao 7% que non os posúe.

En canto á dimensión empresarial, a gran maioría pódese clasificar como microempresas, pero aprécianse diferenzas significativas respecto de 2011 cando se analiza o nivel de estudos dos emprendedores. Os universitarios que non crean emprego pasaron do 79,25% ao 40,87%, e un 47,85% dispón de 1 a 5 empregados. Ademais, os emprendedores universitarios mostran maiores expectativas de aumentar o persoal no futuro, dado que son, no 86,78% dos casos, os que se mostran optimistas sobre esta cuestión, fronte ao 64,94% no caso dos emprendedores non universitarios.

Aínda que entre os emprendedores universitarios seguen a predominar claramente as iniciativas desenvolvidas en sectores con baixo nivel tecnolóxico (ao redor do 84%), aumenta moi significativamente a porcentaxe dos que manifestan ofrecer produtos ou servizos total ou parcialmente innovadores (43,24%)



e lixeiramente os que empregan tecnoloxía nova ou recente (49,55%), sendo neste último caso onde a diferenza é maior respecto dos non universitarios (36,52%).

En 2012 diminúe a porcentaxe de emprendedores universitarios que perciben oportunidades para emprender. Así mesmo, o seu temor ao fracaso é superior ao dos emprendedores non universitarios, incrementándose a proporción respecto a 2011.

## Percepción de oportunidades, motivación e capacidade para emprender

Mantense a porcentaxe da poboación (11,29%) que percibe boas oportunidades para o emprendemento en relación con 2011. Este valor é lixeiramente inferior ao rexistrado en España (13,9%) onde, a pesar de estar por riba, continúa cunha tendencia negativa.

En relación cos factores psicolóxicos e sociais que poden incidir no emprendedor, mellora a valoración media que a poboación galega fai dunha maior igualdade nos niveis de vida e dunha adecuada cobertura nos medios de comunicación sobre a actividade emprendedora. Pola súa banda, os expertos outorgan a todos os factores analizados puntuacións similares ás do ano anterior e, en calquera caso, superiores ás obtidas para España. No entanto, poden destacarse a mellora na valoración do recoñecemento e o prestixio social do emprendedor, a repercusión da súa actividade nos medios de comunicación e a súa positiva identificación pola sociedade. En canto ao temor ao fracaso, Galicia sitúase por riba da media nacional.

Do mesmo xeito que noutras rexións, produciuse un empeoramento do recoñecemento de habilidades e coñecementos para crear unha empresa, dado que só o identifica o 45,4% da poboación de Galicia. Con todo, os expertos son máis optimistas e mostran unha valoración media superior destes aspectos en relación co informe anterior e, en termos xerais, sitúan a Galicia moi preto da media nacional.

Para rematar, unha análise comparativa entre emprendedores e non emprendedores dos factores psicosociais que se identifican como determinantes do emprendemento, mostra que os primeiros presentan menos aversión ao risco, perciben máis oportunidades no mercado teñen máis coñecementos e habilidades para crear un negocio e coñecen a máis emprendedores.

## Condicións do contorno para emprender

En relación co informe anterior, mellora a valoración global que os expertos realizan do contorno para emprender en Galicia, que ademais supera, en termos xerais, a outorgada a España. Deste xeito, destacan a dispoñibilidade de infraestrutura física, a atención á innovación desde o punto de vista dos consumidores e o apoio á muller. Así mesmo, sinalan que as condicións menos favorables para o emprendemento son a formación emprendedora na educación primaria e secundaria, o apoio financeiro e a presenza de barreiras no mercado interior.

No entanto, e do mesmo xeito que en 2011, máis da metade dos expertos consultados identificou un apoio financeiro inadecuado como o principal obstáculo para a creación de novas empresas en Galicia. Ao mesmo tempo, e como diferenza destacada respecto ao informe precedente, consideran que o clima económico actual tamén exerce unha influencia negativa. E, en terceiro lugar, citan como barreiras ao emprendemento a educación e formación, así como as políticas gobernamentais.

Pola contra, os principais estímulos ao emprendemento, en opinión dos expertos, son o ámbito económico actual e a apertura do mercado. Así mesmo, destaca a mellora na valoración outorgada á infraestrutura comercial e profesional que, identificada por un 8,33% dos expertos, se sitúa na terceira posición, xunto coa educación e a formación e as políticas do goberno, que tamén teñen esa porcentaxe de representación.

Finalmente, as principais recomendacións dos expertos para o impulso da actividade emprendedora galega son a mellora da disposición de recursos financeiros, das políticas públicas e dos contidos de educación e formación.

## Entrepreneurial activity and business dynamics

The recovery of entrepreneurial activity in Galicia continues for the second consecutive year. This trend leads to a TEA of 5.13, which corresponds to the percentage of the adult population involved in entrepreneurial initiatives less than 42 months old. This value puts Galicia at a level similar to 2009, but is below the overall Spanish average for this edition (5.70). The rise mainly reflects an increase in the number of those taking their first steps in starting a business (nascent initiatives), though these efforts do not always materialize into an actual business (new initiatives, 3 to 42 months).

An analysis of the reasons for undertaking initiatives shows a significant increase in entrepreneurship out of necessity, which almost doubled compared to 2011. Also noteworthy is the increase in those who are seeking to increase their income (39.40%) after having undertaken an initiative to take advantage of a business opportunity.

Insofar as business dynamics, entrepreneurial intentions have declined slightly, although this was offset by a positive trend in the initiative consolidation rate (over 42 months), together with a business closure rate below the national average and the rate registered for 2011. This closure rate is lower than that for potential or nascent initiatives, producing positive business generation.

Although it can be said that the number of people starting their business activity in the last two years has increased, we should remember that the first three months are especially critical and many fail to survive. However, after overcoming this period, the rate of consolidation in Galicia not only grows, but is among the highest of all Spanish autonomous communities.

## Socioeconomic profile of the entrepreneur

In 2012, the average profile of the entrepreneur in Galicia is a Spanish-born man of about 40 years with higher education (vocational training or university) and some degree of specific entrepreneurial training, who undertakes their initiative in an urban environment, with an average household consisting of less than four members and an annual income under 30,000 euros as an active full-time employee.

With respect to 2011, the presence of women in the generation of new business initiatives continues to increase, as the difference with men throughout the process diminishes. Also, the average age of entrepreneurs rises (from 37 to 40 years), with only a limited participation by young people 18-24 years of age. The percentage of university-educated entrepreneurs who start up new businesses also increases, and it is among entrepreneurs with compulsory education that a larger increase in the dropout rate is observed. The number of new entrepreneurs with an income of 40,001 to 60,000 euros decreases, while those with an income of 20,001 to 40,000 euros increases. Finally, casual investment drops, both in relation to 2011 and as compared to the rest of Spain.

## Startup characteristics

The prevalence of the consumer services sector stands out in all phases of the entrepreneurial process, as does the individual nature of initiatives, seeing as about 60% of nascent businesses and 68% of established businesses are owned by a single person. This often reflects the fact that activities are undertaken for self-employment, which also largely explains the widespread presence of micro-enterprises at the nascent stage, with little expectation for employment generation.

In 2012, a reduction was observed in the percentage of fully innovative initiatives, especially among established companies (only 18.96% fully or partially innovate), to which we must add the low technological level of the sector (around 95% of startups and established firms consider it to be low) and the majority use technology that is more than five years old (almost 60% of startups and over 80% of established firms). In addition, more than 90% of entrepreneurs perceive some or a lot of competition and nearly 75% have no prospects for expansion.

On the positive side, we can mention that the outlook for expansion of established firms has improved with respect to the previous edition, even without resorting to the use of new technologies. In addition, exports have increased slightly at the nascent stage, not exceeding 25% of production.

## The entrepreneurial process among women

The female TEA (4.49) remains below that for males (5.79), although the difference diminishes to the lowest level since 2008.

The profile of the female entrepreneur in Galicia ranges in age from 35 to 44 years, with a university education, an urban background and with active employment. In addition, they claim to have specific entrepreneurial training and devote full time to their business.

Regarding the characteristics of their business, the percentage of entrepreneurial women who create their company individually (53.67%) remains the same, they operate in the consumer services sector and, while continuing to be present in low or no-tech sectors, their international inclination has increased. In relation to the previous edition and with respect to the Spanish average, the Galician entrepreneur has a greater number of employees and plans to increase the size of their workforce.

Finally, with higher rates than in 2011, Galician entrepreneurial women see more entrepreneurial opportunities than men and more than the overall Spanish average (almost three times more). On the other hand, their entrepreneurial skills and knowledge worsen, while expressing less fear of failure.

## Higher education and entrepreneurship

In 2012, significant differences have been found between entrepreneurs with university education and those without. On the one hand, those with university education express greater entrepreneurial intentions and launch more startups. On the other hand, those without university education achieve a higher level of established initiatives.

There has been an increase in the percentage of university-educated entrepreneurs in the youngest age group (25-34 years), leading to a significant fall in average age. The vast majority of entrepreneurs are actively employed; among university-educated entrepreneurs the level reaches 93.5%, which is almost ten points higher than non-university entrepreneurs.

By sector, the majority of businesses created in Galicia involve services. There is a very clear difference in terms of education level with respect to business-oriented companies, where a considerable 46.11% (twenty points more than in 2011) have university studies, compared to 7% without.

With respect to business size, the vast majority can be classified as micro-enterprises, but significant differences are observed compared to 2011 when considering entrepreneur education level. Those with university education that do not generate employment went from 79.25% to 40.87%, and 47.85% have 1-5 employees. Furthermore, university-educated entrepreneurs have greater expectations of increasing staff in the future, since 86.78% of them are optimistic about this issue, compared to 64.94% for non-university entrepreneurs.

Although initiatives in low-tech sectors are still clearly predominant among university-educated entrepreneurs (around 84%), there has been a very significant increase in the percentage of those claiming to offer wholly or partly innovative products and services (43.24%) and a slight increase in initiatives using new or recent technology (49.55%). The latter case presents the greatest difference with respect to those without university education (36.52%).



In 2012, the percentage of university-educated entrepreneurs who perceive startup opportunities has decreased. Similarly, their fear of failure is higher than non-university entrepreneurs, and the proportion has increased compared to 2011.

The percentage of the population (11.29%) that perceives good opportunities for entrepreneurship remains similar to 2011. This value is slightly lower than the overall level in Spain (13.9%), which is higher but with a continuing negative trend.

Insofar as the psychological and social factors that may influence entrepreneurs, there has been an improvement in the average appraisal by the Galician public regarding living standards and adequate media coverage of entrepreneurship. For their part, the experts give similar scores as the previous year to all the factors analyzed, which are higher than those for Spain in general. Nevertheless, we should point out the improvement in the recognition of entrepreneurs and their social prestige, the impact this activity has in the media, and its positive image in society. As for the fear of failure, Galicia is above the national average.

As in other regions, there has been a worsening in the perception of skills and knowledge needed to start a business, as this is only reported by 45.4% of the population of Galicia. However, the experts are more optimistic and have a higher average rating for these aspects than in the previous report. In general terms, Galicia is situated very close to the national average.

Lastly, a comparative analysis of entrepreneurs and non-entrepreneurs focusing on the psychosocial factors considered to be determinant for entrepreneurship shows that the former have less aversion to risk, perceive greater market opportunities, have more knowledge and skills for starting a business, and know a greater number of other entrepreneurs.

## Environment for startups

With respect to the previous report, there has been an overall improvement in how the experts appraise the environment for startups in Galicia, which, in general terms, exceeds the Spanish average. In this respect, the availability of physical infrastructure, attention to innovation from a consumer perspective, and support for women stand out. On the other hand, the experts note that the least favorable conditions involve entrepreneurial training in primary and secondary education, availability of financial support, and barriers in the internal market.

Nonetheless, as in 2011, more than half of the experts consulted mention inadequate financial support as the main obstacle to new business creation in Galicia. At the same time, in marked contrast to the previous report, they also consider that the current economic climate has a negative influence. And, thirdly, they cited education and training, as well as government policies as barriers to entrepreneurship.

By contrast, according to the experts the main stimuli to entrepreneurship are the current economic environment and market openness. In third place is the improvement in the appraisal of commercial and professional infrastructure, identified by 8.33% of the experts, along with education and training and government policies, with a similar percentage.

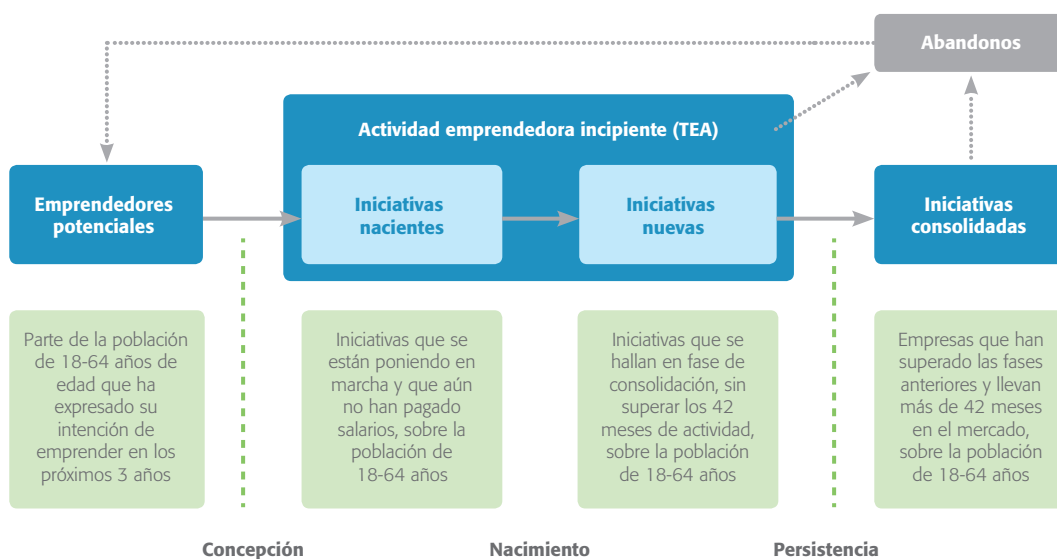
Finally, the expert's main recommendations for improving Galician entrepreneurship are to improve the availability of financial resources, government policies and the contents of education and training.



## 1.1. Introducción

Este primer capítulo analiza los principales indicadores que caracterizan las iniciativas estudiadas en el Proyecto GEM. Para realizar este análisis, se adopta una perspectiva dinámica, analizando su evolución a lo largo del tiempo en Galicia y realizando un análisis comparativo con las demás regiones y países que engloba el proyecto.

Figura 1.1. Tipología de las iniciativas emprendedoras según la metodología GEM



### Etapas del proceso emprendedor

#### Concepción

La primera etapa del proceso emprendedor es la concepción empresarial, la cual representa el salto desde la intención emprendedora (emprendimiento potencial) a la actividad emprendedora (iniciativas nacientes).

#### Nacimiento

Esta etapa del proceso emprendedor permite calcular el indicador más comúnmente empleado en el proyecto GEM, el TEA, distinguiendo entre aquellas iniciativas que no han pagado aún salarios (nacientes), frente a las que ya se encuentran dentro de un proceso de emprendimiento con menos de 42 meses de actividad (nuevas).

#### Consolidación

La última etapa del proceso permite analizar la persistencia de las iniciativas, englobando aquellas que tienen más de 42 meses de actividad. En esta fase se puede estudiar el cierre de negocios, así como las causas del mismo.

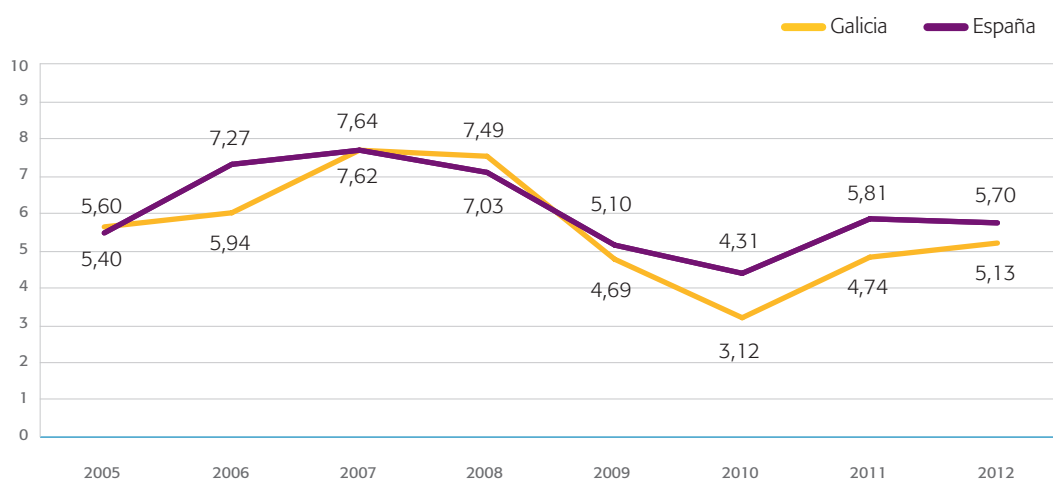
## 1.2. Índice de actividad emprendedora y evolución temporal

La actividad emprendedora, medida a través del índice TEA, se ha visto afectada por el ciclo económico. Si bien durante los años 2009 y 2010 experimentó una importante caída, dicha actividad retomó su pulso de crecimiento en el año 2011. Dicha tendencia continúa en el año 2012, debido fundamentalmente a la existencia de un importante número de iniciativas que se encontraban latentes en años anteriores, y que no habían dado el paso a la puesta en marcha.



En 2012, el TEA de Galicia se sitúa en 5,13, continuando así una tendencia creciente que lo vuelve a posicionar en los niveles observados en 2009.

Figura 1.2. Evolución del índice TEA (% 2005-2012)



Tal y como se ha indicado, el TEA comprende la etapa de nacimiento de las iniciativas, pudiendo distinguir entre nacientes (menos de tres meses de actividad) y nuevas (entre 3 y 42 meses). El incremento experimentado en el año 2012 en el TEA deriva del crecimiento producido en la primera fase del proceso (naciente), con un incremento aproximado del 60%, debido fundamentalmente a la importante bolsa de iniciativas potenciales que se habían concebido en 2011. Sin embargo, la ratio de iniciativas nuevas o aquellas que ya han pagado algún tipo de salario y que, por lo tanto, están comenzando de forma efectiva su actividad, ha caído en el año 2012 más de un 30%, situando así el TEA en un 5,13, ligeramente por encima del año 2011.

Tabla 1.1. Actividad emprendedora incipiente total o TEA (2011-2012)

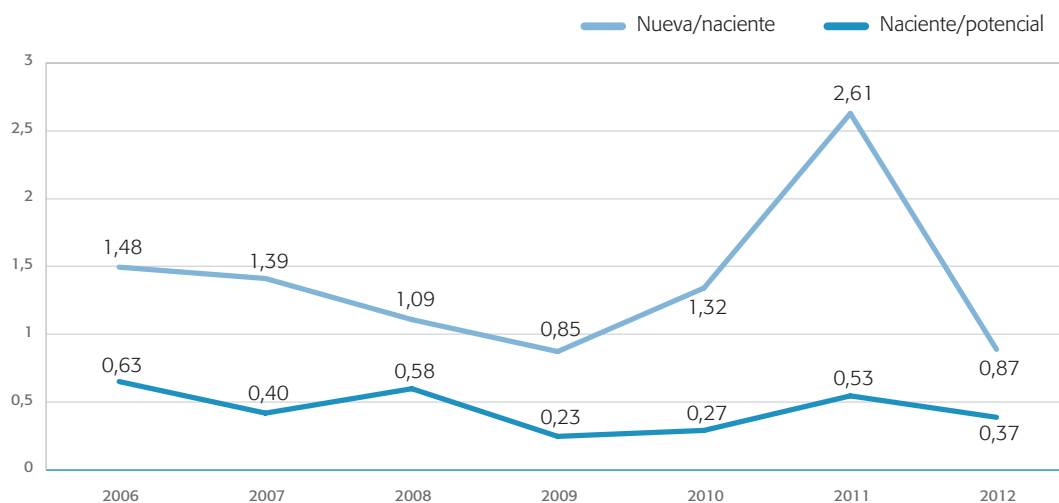
Actividad emprendedora incipiente	2011		2012	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas nacientes	36.129	2,08	58.196	3,32
Iniciativas nuevas	46.257	2,66	31.792	1,81
Actividad emprendedora incipiente total o TEA	82.386	4,74	89.988	5,13

El proceso emprendedor, según la metodología GEM, presenta dos fases en su inicio, la concepción y el nacimiento; el paso de una a otra se podría denominar “de la intención a la acción”. El éxito de este salto puede medirse a través del cociente entre las iniciativas nacientes y aquellas que en el año anterior se encontraban clasificadas como potenciales. Esta ratio ha caído de forma importante en 2012, debido fundamentalmente a que en el año 2011 el porcentaje de población que había manifestado su intención de emprender se situaba en el 8,96%, pasando sin embargo en el año siguiente (2012) a ser el 3,32% las que efectivamente están realizando algún tipo de actividad que permite considerarlas ya como iniciativas nuevas.

En 2012, el 37% de las “intenciones” empresariales dejan de ser ideas para convertirse en iniciativas emprendedoras, cifra que en 2011 se situaba en el 50%.

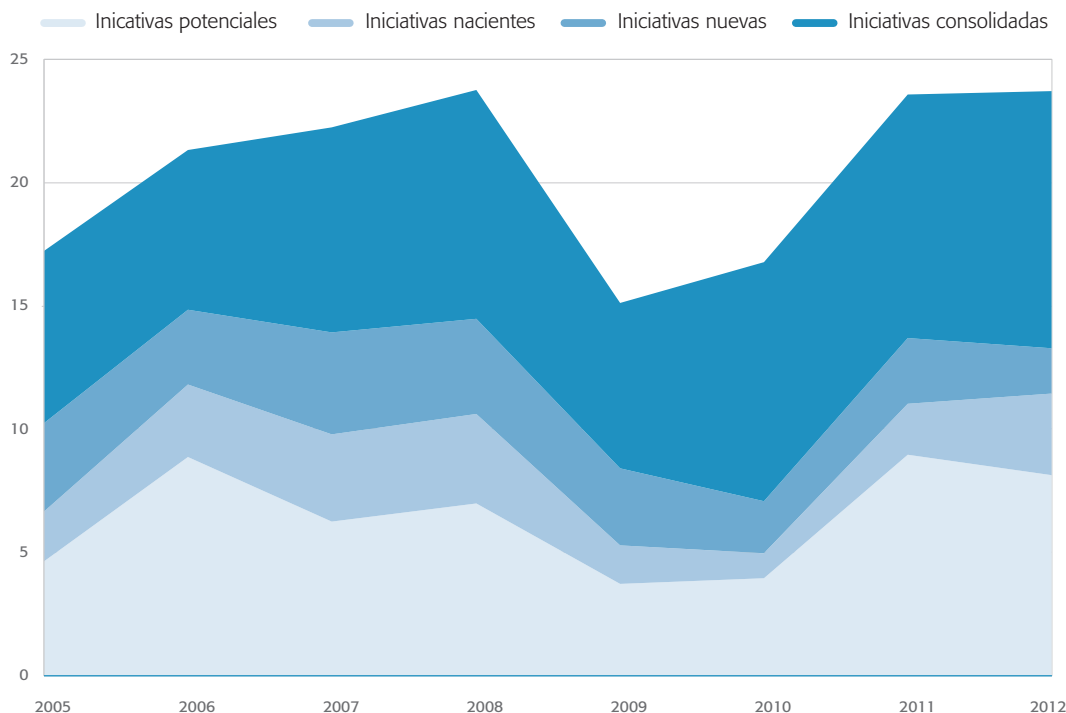
La ratio nuevas/nacientes había experimentado en 2011 un elevado crecimiento, atribuible en parte a que muchos de los individuos que albergaban la intención de emprender en años anteriores no habían materializado su idea hasta esa fecha. Sin embargo, en 2012, esta ratio se sitúa en los niveles más bajos de los últimos años (0,87), por debajo de uno, valor que equivaldría a una transición equilibrada entre las fases de puesta en marcha y de actividad propiamente dicha. El bajo nivel en el porcentaje de iniciativas nuevas, junto con la ratio nuevas/nacientes inferior a uno, podrían estar indicando la dificultad que supone mantenerse en el mercado superados los primeros meses de puesta en marcha.

Figura 1.3. Evolución de las ratios: iniciativas naciente (t)/potencial (t-1) y nueva (t)/naciente (t-1), donde t=año (2006-2012)



Las transiciones descritas anteriormente quedan resumidas de forma gráfica en la figura 1.4, donde se observa un ligero descenso en las iniciativas potenciales, un leve ascenso en aquellas que se ponen en marcha (nacientes) y, tal y como se ha remarcado, un descenso en aquellas iniciativas que inician de forma efectiva su actividad (nuevas). Por último sigue observándose una tasa elevada y estable en aquellas que están consolidadas en el mercado.

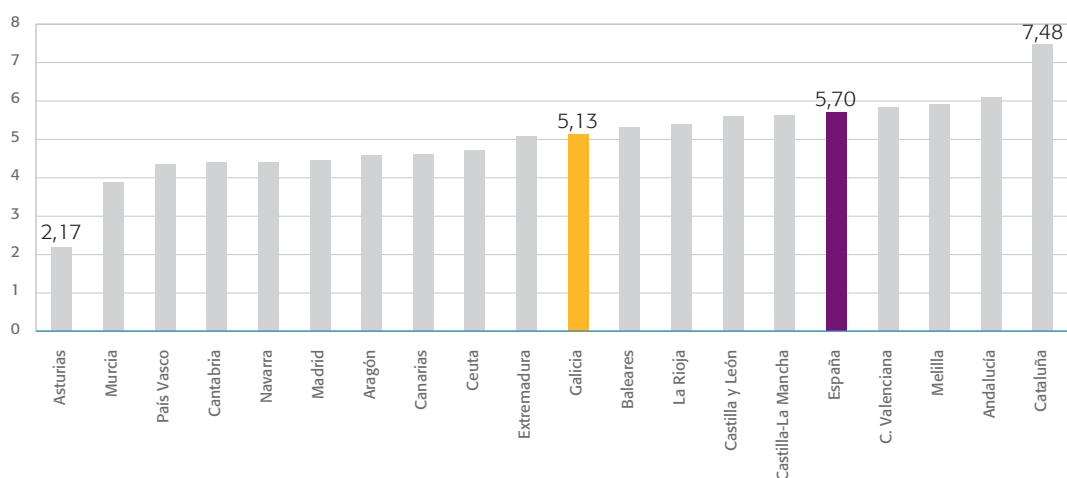
Figura 1.4. Evolución de las iniciativas en todas las fases del proceso emprendedor (% , 2005-2012)



### 1.2.1. Contexto nacional

La evolución positiva del índice TEA es común en la mayor parte de las comunidades y ciudades autónomas españolas, manteniendo Galicia una posición relativa similar a la de años anteriores.

Figura 1.5. Índice TEA en el contexto de España (% , 2012)



## 1.2.2. Motivación para emprender



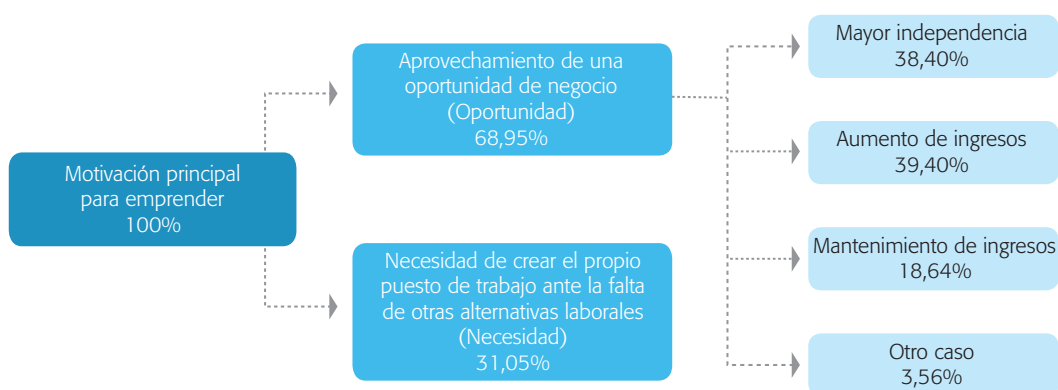
GEM clasifica en dos grandes grupos los motivos por los que una persona decide emprender: aprovechamiento de una oportunidad de negocio y necesidad o ausencia de alternativas profesionales.

Cuando el principal motivo es la existencia de oportunidades en el mercado, se analizan qué motivaciones secundarias han influido en el emprendedor: independencia laboral, aumento o mantenimiento del nivel de ingresos u otros motivos.

El análisis de las razones que llevan a emprender refleja un importante aumento del emprendimiento por necesidad (31,05% de los emprendedores), que prácticamente se duplica respecto al año 2011.

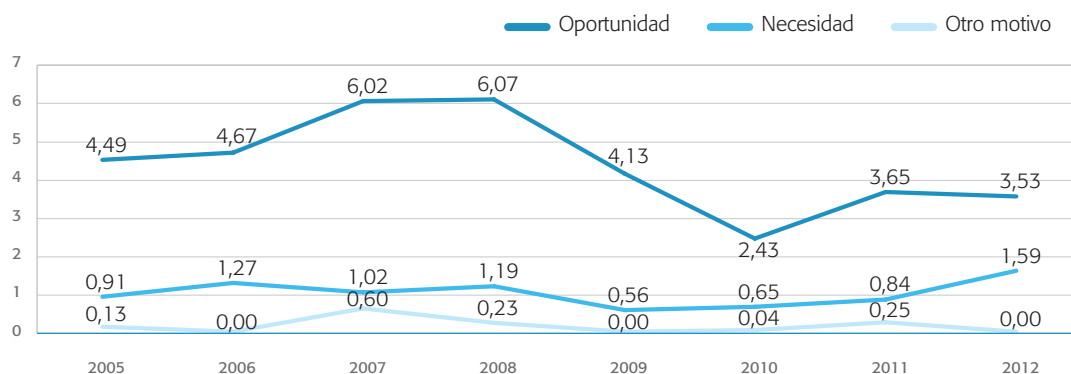
Este incremento indica que un porcentaje importante de personas que se han decidido a emprender, puesto que lo tenían en mente desde hacía tiempo, se han visto motivadas más por la falta de otras alternativas laborales que por el incremento de oportunidades de negocio. Es importante destacar también el aumento de quienes, dentro del emprendimiento por oportunidad, buscan incrementar sus ingresos (39,4%).

Figura 1.6. Motivación para emprender (% , 2012)



Tal y como se ha señalado, se ha producido un importante incremento del emprendimiento por necesidad, situando el TEA por este motivo en los niveles más altos desde 2005.

Figura 1.7. Evolución de la motivación para emprender (% , 2005-2012)



## 1.3. Dinámica empresarial

### 1.3.1. Consolidación de iniciativas: contexto nacional y evolución temporal

La última etapa del proceso es la relativa a la persistencia de las iniciativas, englobando las que tienen más de 42 meses de actividad. Es precisamente en esta etapa en la que se encuentra la evolución más positiva.

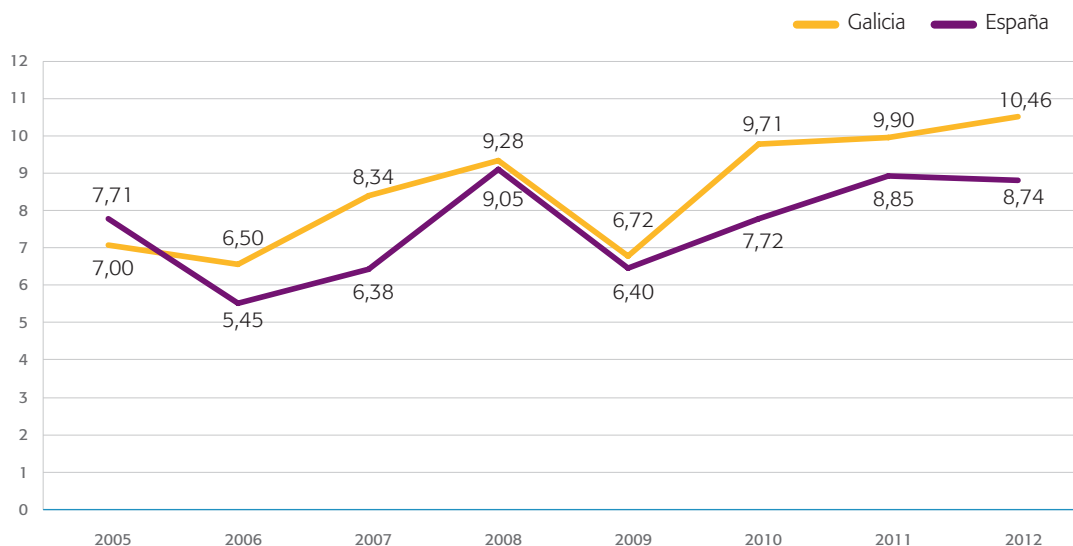


El nivel de iniciativas consolidadas se sitúa en 2012 en 10,46%, la tasa más alta desde 2005.

Tabla 1.2. Iniciativas consolidadas (2011-2012)

	2011		2012	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas consolidadas	172.323	9,90	183.623	10,46

Figura 1.8. Evolución de las iniciativas consolidadas (% , 2005-2012)



Además, al igual que en años anteriores, el porcentaje de iniciativas consolidadas en Galicia se sitúa por encima de su nivel para España.



Figura 1.9. Empresas consolidadas en el contexto de España (% , 2012)

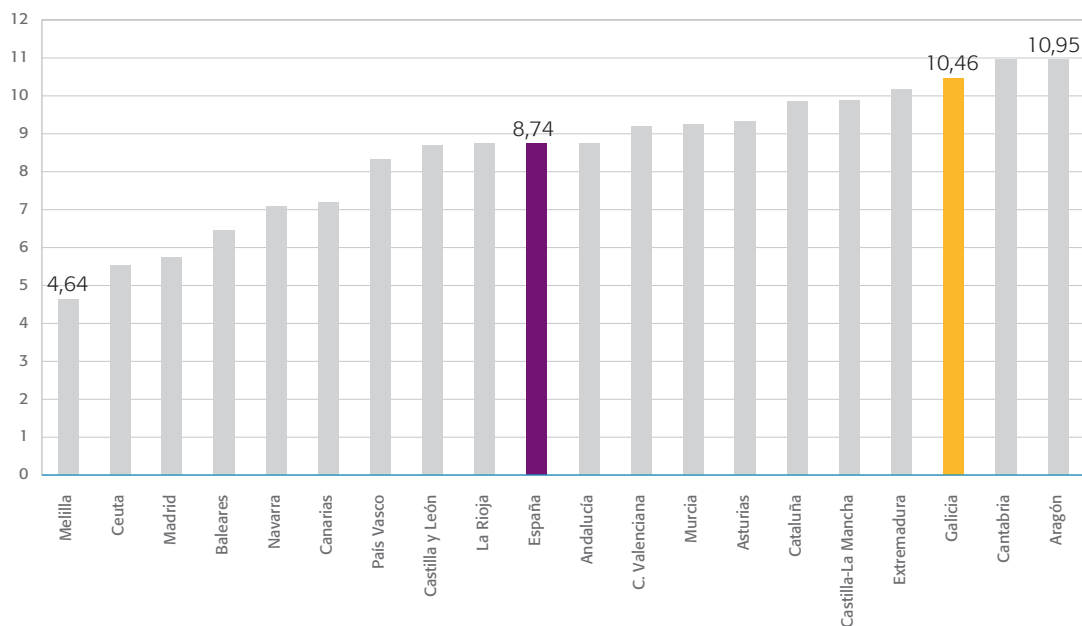
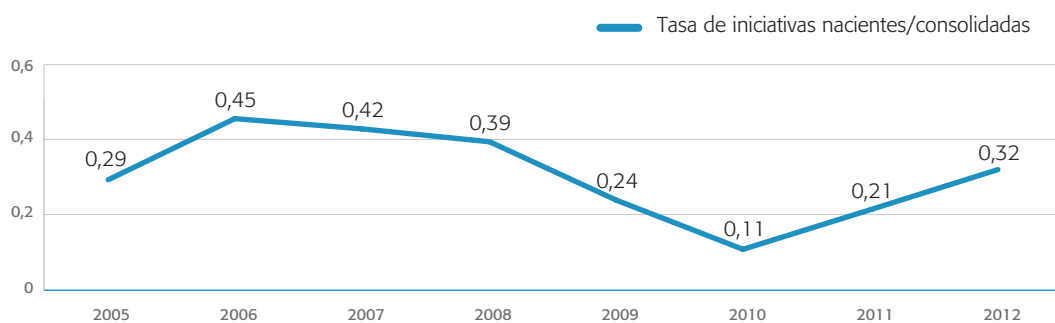


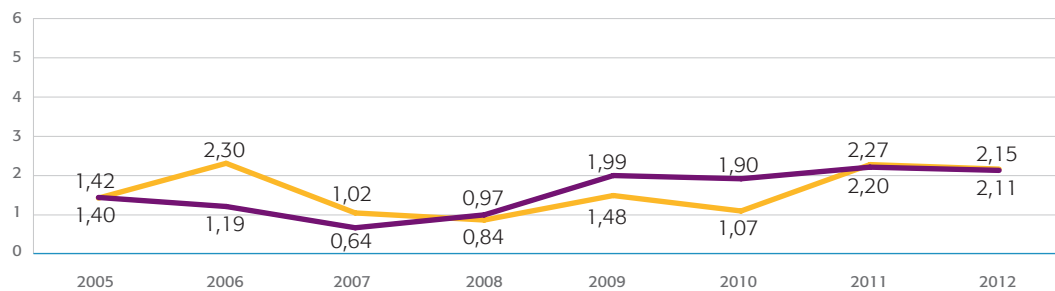
Figura 1.10. Tasa de iniciativas nacientes/consolidadas (2005-2012)



### 1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras: motivación y relevo empresarial

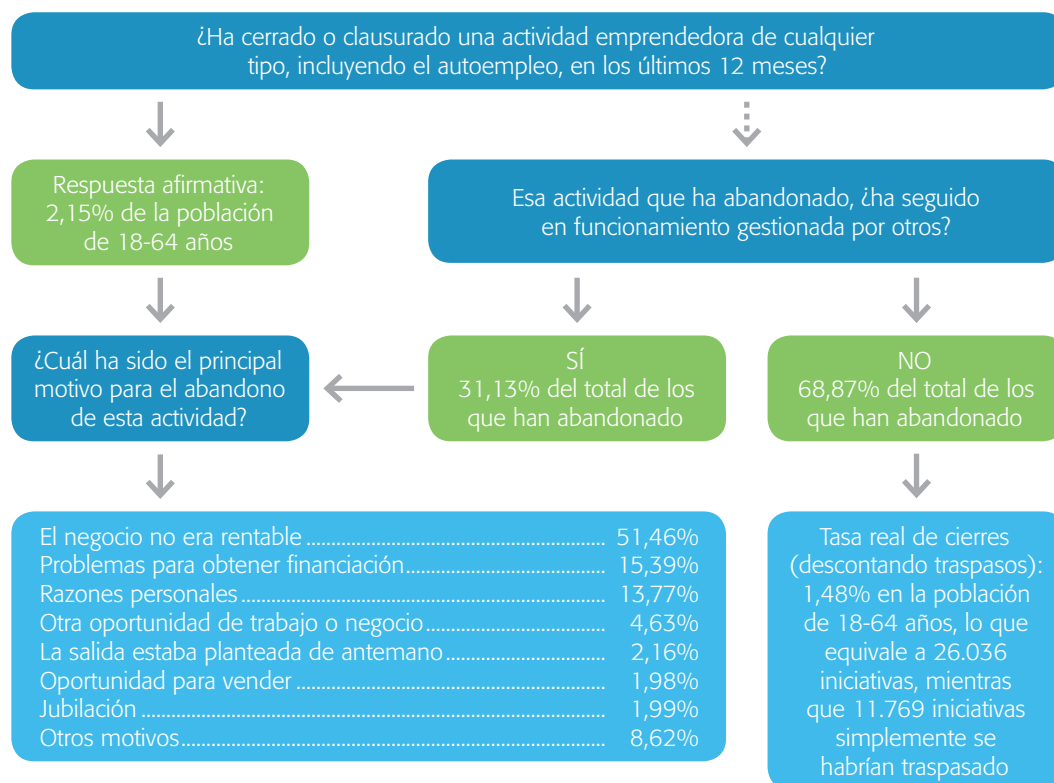
La tasa de abandonos (2,15%) se mantiene en niveles similares a los de 2011. Sin embargo, un 31,13% de las iniciativas que manifiestan haberse cerrado o clausurado durante 2012 continúan funcionando bajo la gestión de otros propietarios, lo que supone una tasa real de cierres de 1,48%.

Figura 1.11. Evolución del abandono de iniciativas (% , 2005-2012)



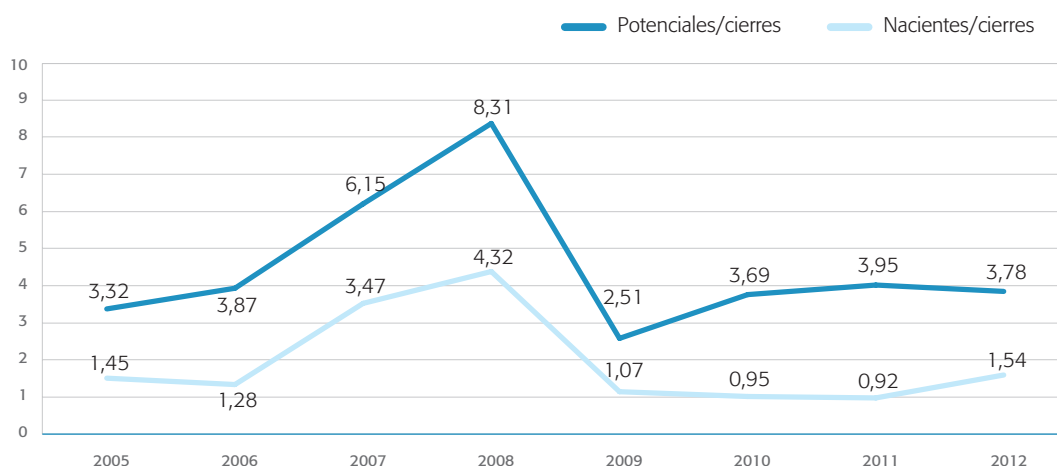
El principal motivo de abandono que argumentan los emprendedores sigue siendo la falta de rentabilidad (51,46%). Los problemas de financiación (15,39%) y los motivos personales (13,77%) aumentan en importancia con respecto al año anterior.

Figura 1.12. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales o autoempleo (% , 2012)



El proceso de regeneración empresarial precisa que la creación de empresas supere los cierres efectivos, con el fin de lograr un aumento del empleo y la recuperación de la economía. Para visualizar este proceso, en la figura 1.13 se representa la proporción de cierres sobre iniciativas tanto potenciales como nacientes. En el caso de las iniciativas nacientes se produce un significativo cambio de tendencia desde 2009, retomando valores superiores a 2005, a diferencia de la evolución negativa que se produce en la intención de emprender este año. El valor en ambos casos se mantiene superior a uno, por lo que el porcentaje de iniciativas potenciales o en las nacientes es superior al número de cierres.

Figura 1.13. Ratio de regeneración empresarial (2005-2012)



Los datos anteriores permiten afirmar que, si bien ha aumentado de forma importante el número de personas que comienzan su actividad en estos dos últimos años, los tres primeros meses de vida de una iniciativa son especialmente críticos, y muchas no logran superarlos. En contraste, cabe destacar que, tal y como ya se ha señalado, una vez salvado este período, la tasa de iniciativas consolidadas en Galicia, no solo crece, sino que se mantiene en la más alta del conjunto de las comunidades autónomas españolas.

### 1.3.3. Potencial emprendedor: contexto nacional y evolución temporal

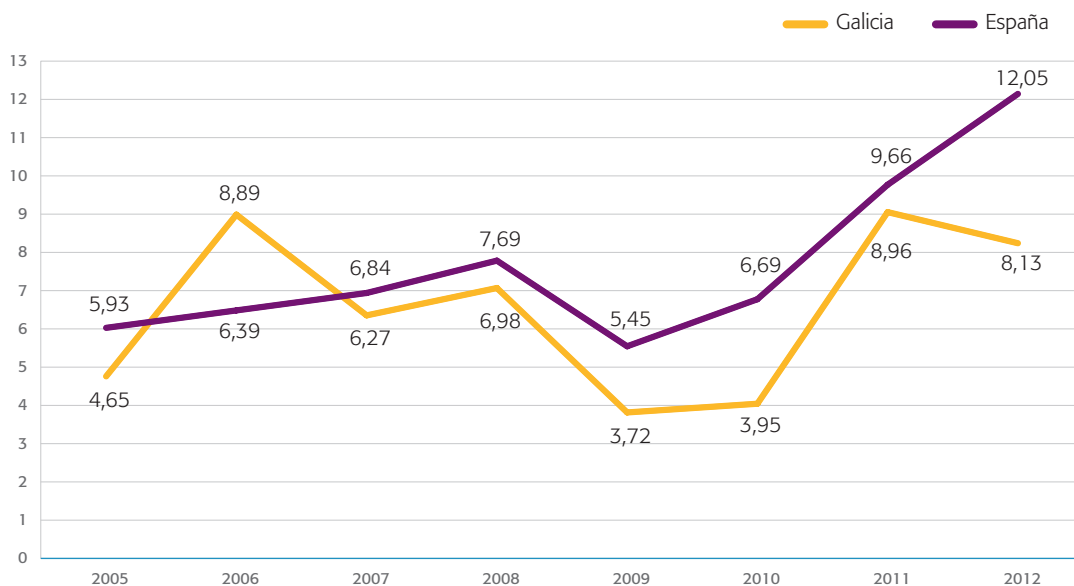
Para finalizar este capítulo, se presenta el emprendimiento potencial, es decir, los resultados respecto a aquellas personas que manifiestan la intención de ejercer algún tipo de actividad emprendedora en un futuro inmediato. Esta tasa continúa, tal y como sucedió en el año 2011, siendo elevada (8,13), aunque ligeramente por debajo de la del año anterior.

Tabla 1.3. Emprendedores potenciales (2011-2012)

	2011		2012	
	Nº	%	Nº	%
Emprendedores potenciales	155.852	8,96	142.789	8,13

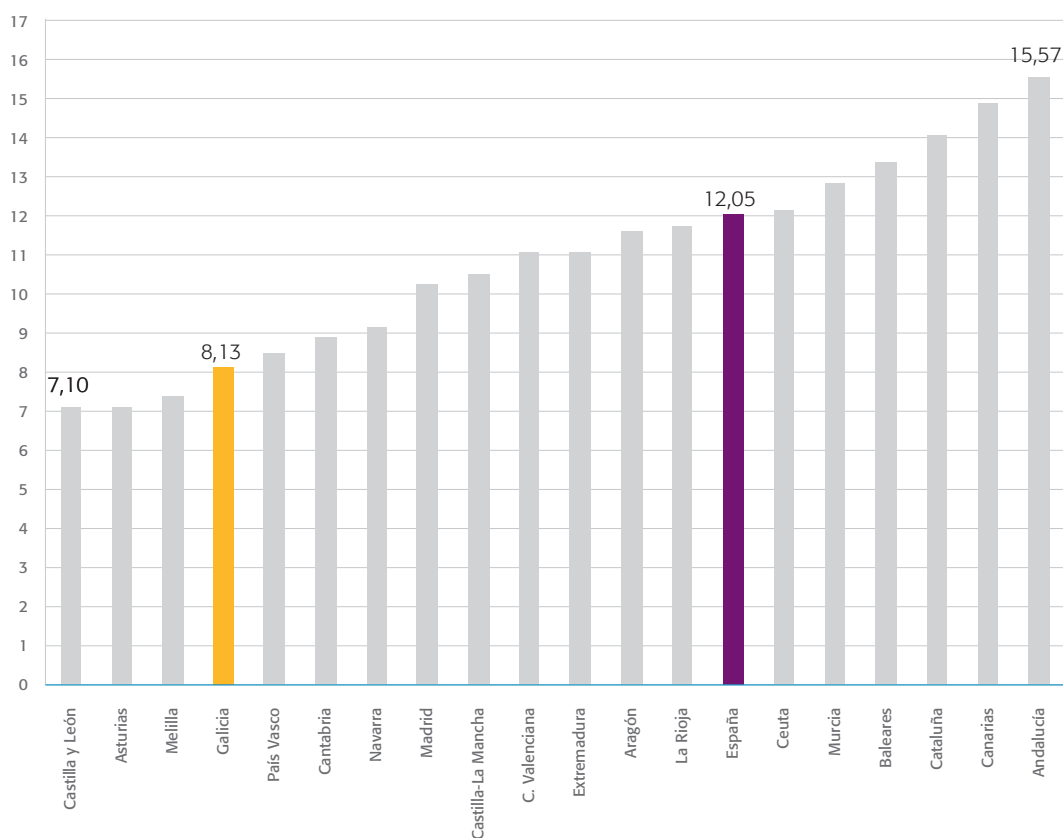
La evolución del porcentaje de emprendedores potenciales muestra cómo, en los años 2011 y 2012, el porcentaje de población que manifiesta tener intención de emprender en un futuro inmediato es aún más alto que en períodos de crecimiento económico. Hay que señalar, sin embargo, que muchas de estas ideas permanecen en estado latente, esperando el momento de llevarse a cabo, ya que lo que ha aumentado de modo considerable ha sido el emprendimiento por necesidad, no así por oportunidad.

Figura 1.14. Evolución de los emprendedores potenciales (%), 2005-2012



El proceso descrito para Galicia es similar al observado en el conjunto de España, donde se ha producido un cambio de tendencia, basado de modo importante en las iniciativas que se encuentran en las primeras fases del proceso emprendedor.

Figura 1.15. Emprendedores potenciales en el contexto de España (% , 2012)



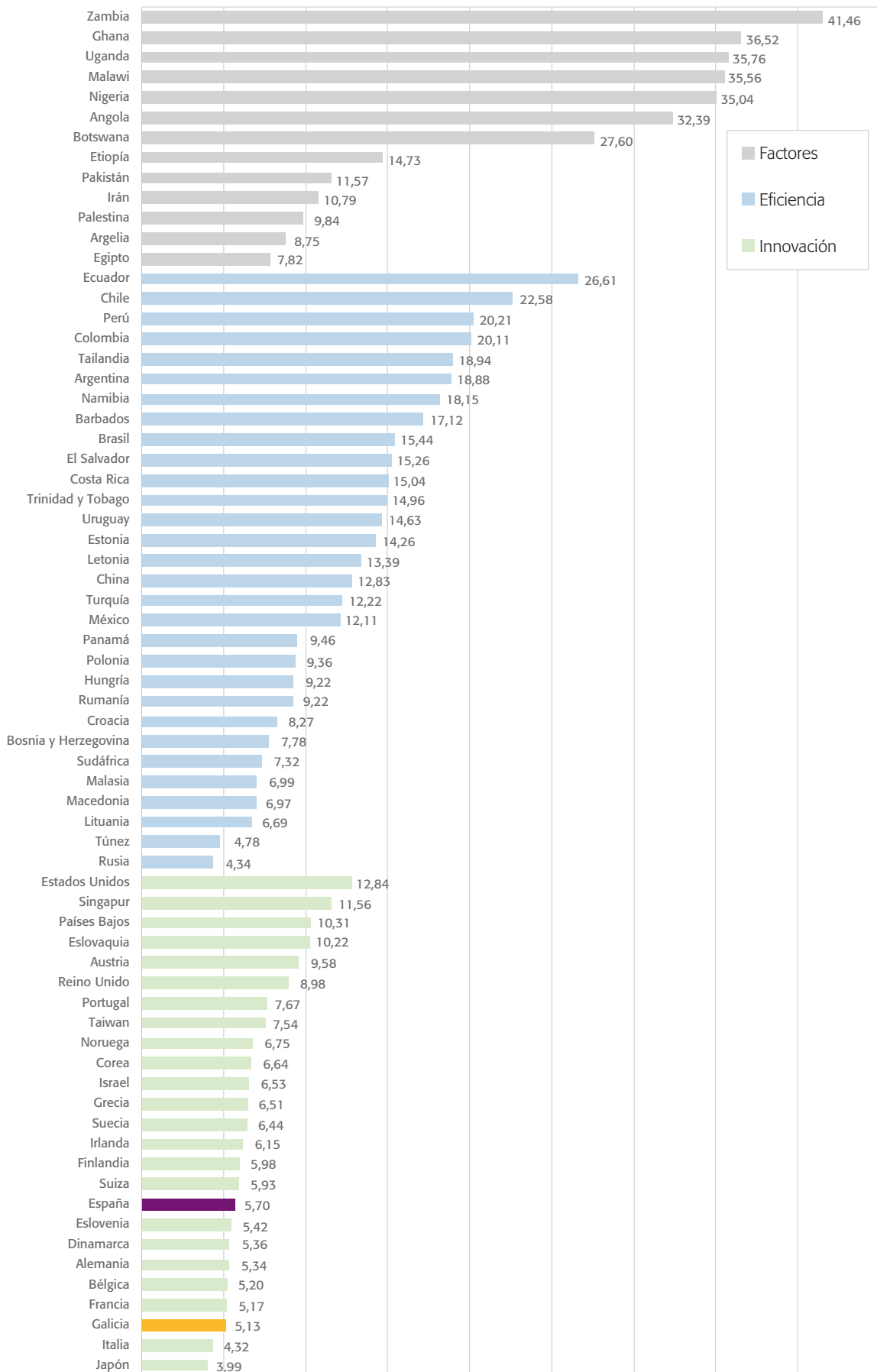
## 1.4. Contexto internacional de los resultados

En 2012, el Proyecto GEM ha contado con la participación de 69 países, lo que representa el 74% de la población y el 87% del PIB mundiales.

Al valorar los indicadores que se presentan a continuación, la primera conclusión es que el tener una tasa de emprendimiento más o menos elevada no es sinónimo de que la economía de un país vaya mejor o peor. El emprendimiento es un fenómeno complejo y responde a diversos modelos determinados por la escasez de empleo por cuenta ajena, el trasfondo cultural emprendedor, etc. Por ello, la valoración que se haga debe tener en cuenta esos factores y considerarlos como punto de partida para cualquier análisis.

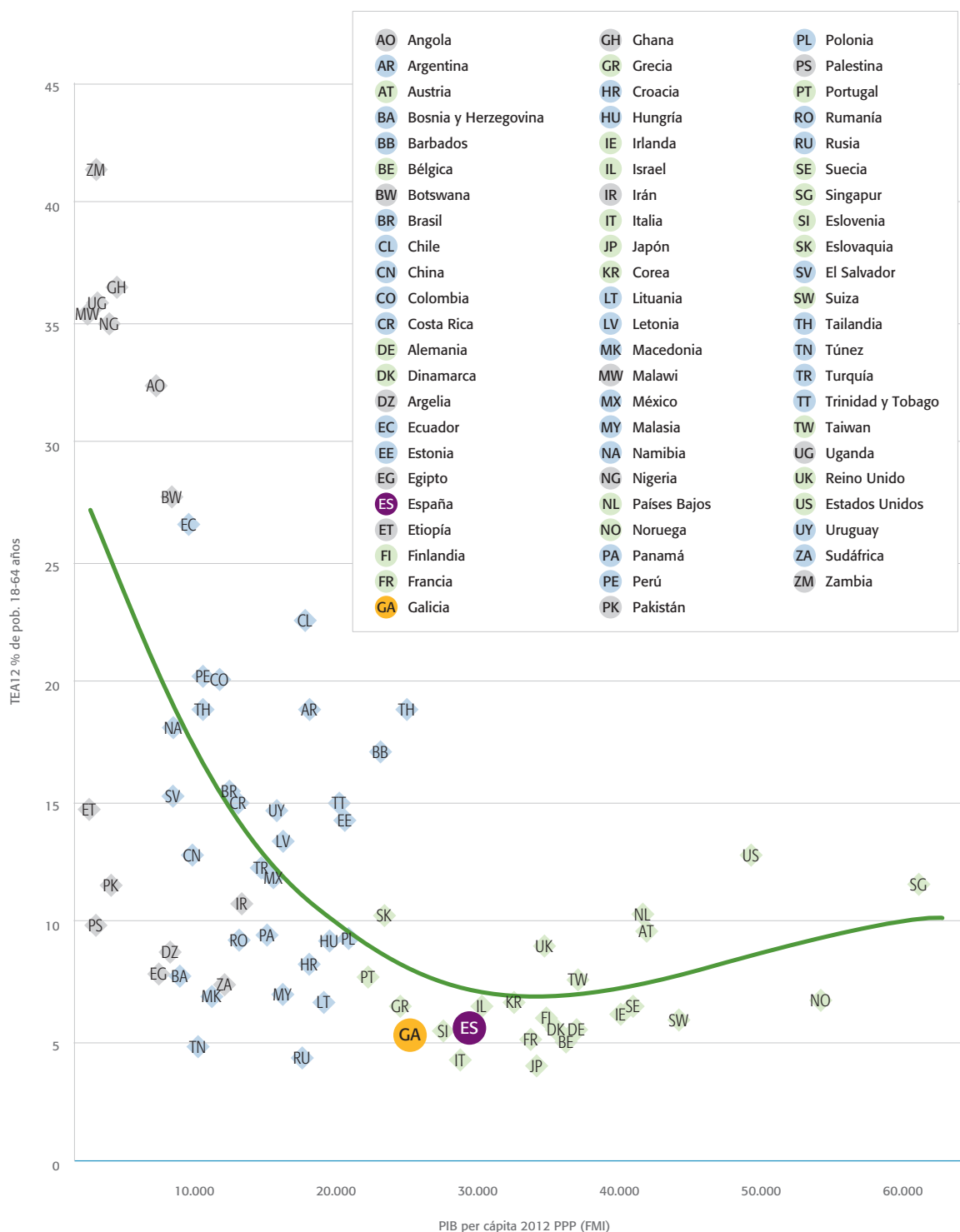
Al igual que en las comparativas que se elaboran en el proyecto GEM a nivel internacional, los países se han clasificado siguiendo los criterios del World Economic Forum (WEF), en función de si sus economías están impulsadas principalmente por los factores de producción (*factor driven*), su eficiencia (*efficiency driven*) o la innovación y sofisticación de los negocios (*innovation driven*). El objetivo es mejorar la presentación de los indicadores y facilitar las comparaciones con otras fuentes de información.

Figura 1.16. TEA de los países participantes en la edición GEM 2012 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% 2012)



La siguiente figura representa la correlación entre la tasa de emprendimiento de los países GEM 2012 y su PIB per cápita, como representación del desarrollo económico, según el modelo de función no lineal de tipo cúbico<sup>1</sup>.

Figura 1.17. Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países participantes en la edición GEM 2012

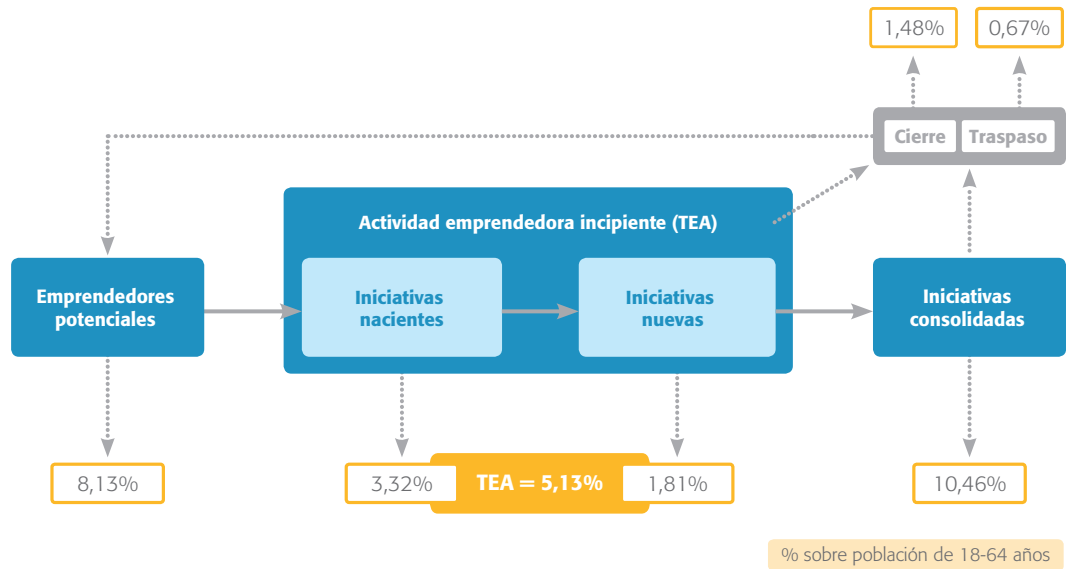


<sup>1</sup> El modelo matemático que subyace al gráfico es del tipo cúbico:  $(TEA) = b_0 + b_1 * (PIB \text{ per cápita}) + b_2 * (PIB \text{ per cápita})^2 + b_3 * (PIB \text{ per cápita})^3$ . El PIB per cápita corresponde al año 2012 (precios corrientes en miles de euros) a partir de la *World Economic Outlook Database* (Fondo Monetario Internacional), salvo el dato para Galicia, en cuyo caso se ha tomado la proporción sobre el dato nacional a partir del dato total anual del PIB publicado para el cuarto trimestre del 2012, a partir de las estadísticas de Contabilidad Nacional Trimestral y Contabilidad Regional del INE.

## 1.5. Desglose del índice de actividad emprendedora Galicia 2012

La siguiente figura sintetiza de un modo gráfico los principales resultados de este capítulo relativos a la actividad emprendedora de Galicia en 2012.

Figura 1.18. Síntesis del índice de actividad emprendedora Galicia 2012







## 2.1. Introducción

En este capítulo se describen las características que determinan el perfil del emprendedor en Galicia. Los datos demográficos (sexo, edad, nivel de estudios, posesión de formación específica, nivel de renta, implantación en entorno rural o urbano, origen y tamaño del hogar) se complementan con datos laborales (situación laboral y dedicación) y con aspectos relacionados con el apoyo profesional y económico (participación del inversor informal en el proceso de creación empresarial). Estas variables informan acerca del perfil medio del emprendedor, así como de su evolución respecto a años anteriores, con el objetivo de ayudar a diseñar nuevas políticas que se adapten mejor a las condiciones personales, laborales y de entorno a las que debe enfrentarse el emprendedor.



El perfil medio del emprendedor de Galicia en 2012 es el de un hombre de origen español, de unos 40 años de edad, con estudios superiores, que desarrolla su iniciativa en un entorno urbano, con un tamaño medio de hogar inferior a cuatro miembros, empleado activo con dedicación a tiempo completo y con cierta formación específica para emprender. En general, la mayoría de emprendedores perciben rentas anuales inferiores a 30.000 euros. Adicionalmente, la presencia de inversores informales es menor que en el resto de España.

## 2.2. Sexo

Un año más, el porcentaje de mujeres continúa siendo inferior al de los varones en todas las etapas del proceso emprendedor. No obstante, en el año 2012 se reduce la diferencia entre el número de mujeres y hombres en todas las fases del proceso, salvo en la etapa del emprendimiento nuevo y en el porcentaje de cierres. El aumento de la participación de mujeres con respecto al año anterior es significativo en las fases de emprendimiento potencial y naciente (crecimientos de 9,87 y 7,59 puntos porcentuales, respectivamente), y moderado en la fase de emprendimiento consolidado (con un crecimiento de 6,01 puntos porcentuales).

Por el contrario, durante el año 2012 se reduce la participación de las mujeres en la generación de nuevas iniciativas emprendedoras en 5,34 puntos porcentuales, lo que contrasta con el incremento de 12,74 puntos del año 2011. Por otra parte, también disminuye mínimamente la tasa de abandonos respecto al año anterior (reducción de 0,76 puntos porcentuales), rompiendo la tendencia de años anteriores.

Tabla 2.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Sexo	Emprendedor		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Hombre	60,87	51,00	61,65	54,06	52,94	58,28	56,76	55,55	62,82	56,81	50,24	51,00
Mujer	39,13	49,00	38,35	45,94	47,06	41,72	43,24	44,45	37,18	43,19	49,76	49,00

## 2.3. Edad

La edad media del emprendedor se incrementa en todas las fases del proceso de creación empresarial, superando los 40 años no solo en la etapa de consolidación, sino también en la del emprendimiento naciente. El año 2012 confirma la tendencia de aumento de la edad del emprendedor manifestada en años anteriores.

Por su parte, la edad media del emprendedor que abandona también aumenta de 44 a 46 años, y el abandono se produce, por término medio, en la fase de consolidación del proyecto.

Tabla 2.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Edad media	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Edad	35,88	37,91	37,11	40,96	37,29	37,76	37,21	39,83	47,22	46,83	44,44	46,78

Por lo que se refiere a la distribución por rango de edad, se produce una reducción de los emprendedores más jóvenes (de 18 a 24 años) en todas las fases del proceso, excepto en la etapa de consolidación.

Al igual que en el año 2011, la mayor concentración de emprendedores nacientes se encuentra en el rango de edad comprendido entre 35 y 44 años, mientras que alrededor de un tercio de los emprendedores consolidados se sitúa en el intervalo de 45 a 54 años. Sin embargo, el mayor número de emprendedores potenciales y nuevos son más jóvenes, con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años.

Tabla 2.3. Distribución de los emprendedores en tramos de edad según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Tramo de edad	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
18-24	13,06	8,44	12,41	1,54	5,77	5,58	8,68	2,97	0,51	2,34	6,71	-
25-34	36,82	36,06	26,20	28,36	38,99	40,70	33,38	32,72	13,15	8,13	14,27	20,13
35-44	27,18	28,35	38,23	43,37	33,62	32,08	35,64	39,38	25,57	32,72	28,49	25,78
45-54	16,39	20,74	20,90	14,89	14,57	16,34	17,35	15,40	35,69	33,13	29,86	16,82
55-64	6,55	6,41	2,26	11,84	7,05	5,30	4,95	9,53	25,08	23,68	20,67	37,27

## 2.4. Nivel de estudios

Durante el año 2012, la mayor concentración de emprendedores en todas las fases del proceso, salvo en las etapas naciente y consolidada, tiene un nivel de estudios universitarios. Ello implica un incremento del nivel medio de cualificación respecto al periodo anterior, que puede deberse a la falta de otras oportunidades de empleo en este segmento de la población.

En el caso de los emprendedores nacientes, el porcentaje de titulados en formación profesional (FP) supera al de los universitarios por un margen de 8,12 puntos porcentuales.

Sin embargo, los emprendedores consolidados siguen manteniendo en su mayoría un nivel de estudios obligatorios (47,85%) y el porcentaje de emprendedores con nivel de FP se incrementa en 11,35 puntos porcentuales con respecto al año anterior.

Por lo que se refiere al abandono empresarial, los emprendedores con estudios obligatorios continúan siendo los que más abandonan, aunque en menor medida que el año anterior. Aumenta sin embargo el porcentaje de abandono de emprendedores con mayor cualificación, tanto titulados en FP (27,91%) como universitarios (21,73%).

Tabla 2.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Nivel de estudios	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Obligatorios	34,77	27,34	36,44	26,01	37,70	32,15	37,15	28,22	56,69	47,85	54,17	34,26
Bachillerato	14,80	13,85	7,16	13,75	11,56	6,57	9,63	11,17	12,18	9,92	2,15	16,10
FP	15,80	27,17	34,66	34,18	23,49	18,18	28,39	28,42	12,32	23,67	26,24	27,91
Universitarios	34,63	31,64	21,74	26,06	27,25	43,10	24,83	32,19	18,81	18,56	17,44	21,73

## 2.5. Posesión de formación específica para emprender

Se detecta una falta de formación específica para emprender mayor que en ediciones anteriores. Aumenta la ausencia de dicha formación en todas las fases del proceso emprendedor y especialmente entre los emprendedores incipientes, colectivo donde un 55,46% reconoce no poseer formación específica para emprender. Por otra parte, es entre los emprendedores potenciales donde se cuenta con el mayor porcentaje de individuos con dicha formación.

Tabla 2.5. Formación específica para emprender por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Formación específica	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Sí	47,04	42,76	58,73	41,74	54,13	41,57	56,15	41,68	39,93	35,58	37,63	39,03
No	52,96	55,09	41,27	53,83	44,01	58,43	42,81	55,46	57,62	63,93	60,15	60,97
NS / NC	-	2,15	-	4,43	1,86	-	1,04	2,86	2,45	0,49	2,22	-

## 2.6. Nivel de renta anual

Al igual que en la edición del año 2011 y teniendo en cuenta el bajo nivel de respuesta, el mayor porcentaje de emprendedores en las iniciativas potenciales, incipientes o consolidadas se encuentra en los niveles de renta bajos (de 10.001 a 20.000 euros).

Sin embargo, y al contrario que en años anteriores, se observa un fuerte aumento en el porcentaje de iniciativas llevadas a cabo por los perceptores de rentas medias, de 30.001 a 40.000 euros, llegando a producirse incrementos de 8,49 y 7,09 puntos porcentuales en los emprendedores nacientes y nuevos, respectivamente.

Tabla 2.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Tramos de renta anual	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
≤10.000 €	12,27	14,02	14,31	1,40	11,06	8,63	12,49	3,95	8,05	11,39	19,92	22,99
10.001-20.000 €	28,12	26,42	26,81	31,46	21,40	8,93	23,77	23,50	22,63	17,81	28,45	26,39
20.001-30.000 €	16,66	19,67	17,81	22,35	15,50	11,82	16,50	18,63	16,04	15,75	15,19	19,44
30.001-40.000 €	3,47	9,96	2,35	10,84	4,08	11,17	3,32	10,95	6,35	4,74	4,26	4,80
40.001-60.000 €	5,95	4,02	7,67	7,05	16,91	7,95	12,86	7,37	7,36	5,93	-	4,87
60.001-100.000 €	1,71	0,54	4,74	-	-	5,63	2,08	1,99	1,09	2,30	-	-
>100.000 €	1,69	0,64	2,38	-	3,78	-	3,17	-	0,97	1,38	2,15	-
NS / NC	30,13	24,73	23,93	26,90	27,27	45,87	25,81	33,61	37,51	40,70	30,03	21,51

## 2.7. Implantación en entorno rural o urbano

La preferencia por llevar a cabo iniciativas emprendedoras en el entorno urbano frente al entorno rural se mantiene en esta edición. Así, las iniciativas puestas en marcha en el entorno urbano gallego suponen el 85,32% del total de iniciativas incipientes, frente al 14,68% de las desarrolladas en el entorno rural.

Por su parte, el porcentaje de emprendedores potenciales que piensan iniciar una actividad emprendedora en el entorno rural continúa su tendencia creciente, representando en 2012 el 22,7% de este colectivo. Sin embargo, esta tendencia se invierte en las fases siguientes (emprendedor naciente y nuevo), lo que indica que las nuevas ideas de negocio no parecen fructificar en iniciativas emprendedoras en el ámbito rural.

Tabla 2.7. Implantación en entorno rural o urbano del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Implantación	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Urbana	83,05	77,30	74,58	87,44	77,35	81,44	76,13	85,32	78,15	76,63	89,09	86,29
Rural	16,95	22,70	25,42	12,56	22,65	18,56	23,87	14,68	21,85	23,37	10,91	13,71

## 2.8. Situación laboral y dedicación

La mayoría de los emprendedores de Galicia son empleados en activo y con dedicación a tiempo completo. Ahora bien, la situación de desempleo alcanza aproximadamente a un tercio de los emprendedores potenciales (34,61%) y de los que han abandonado (31,62%).

Tabla 2.8. Situación laboral del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Situación laboral	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Empleo activo	52,98	54,06	68,88	80,66	96,22	100,00	84,23	87,49	99,06	99,49	56,84	51,59
Jubilado	0,57	2,59	2,35	1,36	-	-	1,03	0,88	0,47	0,51	10,37	12,18
Labores del hogar	2,90	3,01	4,70	2,65	-	-	2,06	1,71	0,47	-	6,36	4,61
Estudiante	12,82	5,73	-	3,15	1,94	-	1,09	2,03	-	-	-	-
En paro/Otra	30,73	34,61	24,07	12,18	1,84	-	11,59	7,89	-	-	26,43	31,62

Conscientes de que el tiempo de dedicación a la actividad emprendedora es importante para el desarrollo de la iniciativa, así como para ofrecer garantías a los inversores potenciales, la mayoría de los emprendedores se dedican a tiempo completo a su actividad.

En esta edición se produce un incremento de la dedicación de los emprendedores en todas las fases del proceso emprendedor. Resulta especialmente relevante el caso de los emprendedores incipientes (nacientes y nuevos) con dedicación a tiempo completo, que pasan de ser un 89,72% a un 98,86%.

Tabla 2.9. Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Dedicación	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Tiempo completo	80,97	90,41	78,14	98,09	96,20	100,00	89,72	98,86	99,49	99,49	72,85	89,48
Tiempo parcial	19,03	9,59	21,86	1,91	3,80	-	10,28	1,14	0,51	0,51	27,15	10,52

## 2.9. Origen

En el año 2012, Galicia continúa registrando prácticamente la totalidad de las iniciativas emprendedoras como de origen español.

Se advierte un incremento en las iniciativas consolidadas (4,19 puntos porcentuales) llevadas a cabo por extranjeros, así como una disminución del número de emprendedores de origen extranjero que abandonaron su negocio (3,71 puntos porcentuales).

Tabla 2.10. Origen del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Origen	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Español	86,96	87,80	89,99	92,81	90,34	91,93	90,19	92,49	97,53	93,34	91,55	95,26
Extranjero	13,04	12,20	10,01	7,19	9,66	8,07	9,81	7,51	2,47	6,66	8,45	4,74

## 2.10. Tamaño del hogar (hábitat)

El tamaño medio del hogar de los emprendedores de Galicia es bastante uniforme, entre 3 y 4 miembros, en todas las fases del proceso emprendedor, experimentando una ligera reducción con respecto al de la edición anterior, salvo en la fase de emprendedor nuevo.

Tabla 2.11. Tamaño medio del hogar del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012)

Tamaño medio del hogar	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Tamaño	3,70	3,41	3,63	3,51	3,32	3,57	3,46	3,53	3,67	3,40	3,48	3,13

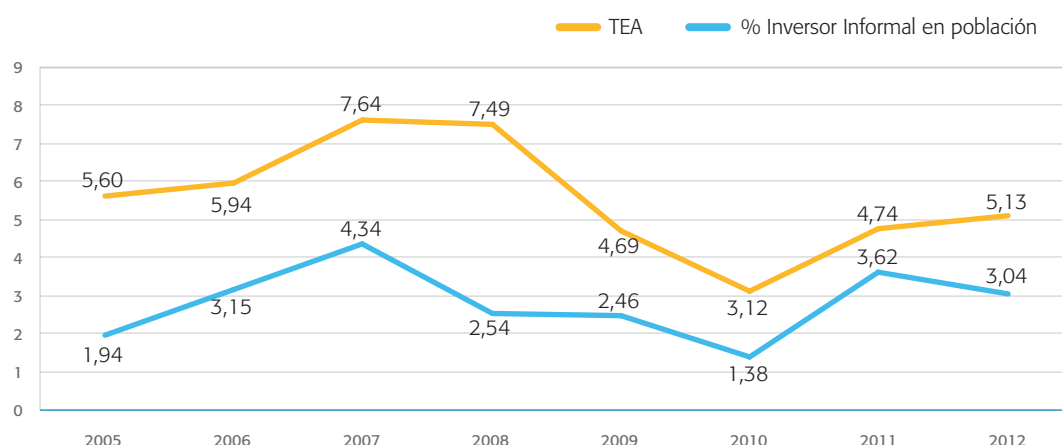
## 2.11. Participación del inversor informal



Siguiendo la metodología del Proyecto GEM, toda persona entre 18 y 64 años de edad que invierta capital propio en un negocio ajeno se considera que participa en el proceso de inversión informal.

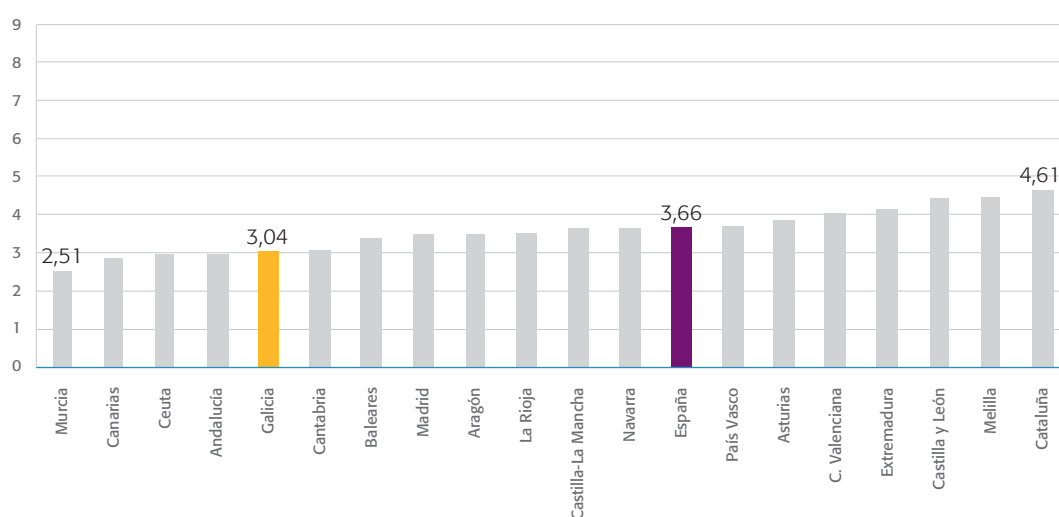
Al contrario que en la edición anterior, la participación del inversor informal en Galicia se ha reducido ligeramente en 2012, pasando de un 3,62% a un 3,04%. Este dato contrasta con el incremento de 0,39 puntos porcentuales del TEA. Esta pequeña contracción puede estar motivada por la reducción del poder de inversión de los hogares gallegos que, en último caso, se convierten en fuentes de financiación informal.

Figura 2.1. Evolución del TEA y la inversión informal (% , 2005-2012)



El descenso en la participación del inversor informal en Galicia también contrasta con lo ocurrido en el conjunto del país, donde la participación de estos inversores se ha incrementado en 0,04 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Figura 2.2. El inversor informal en el contexto de España (% , 2012)



## 2.12. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal

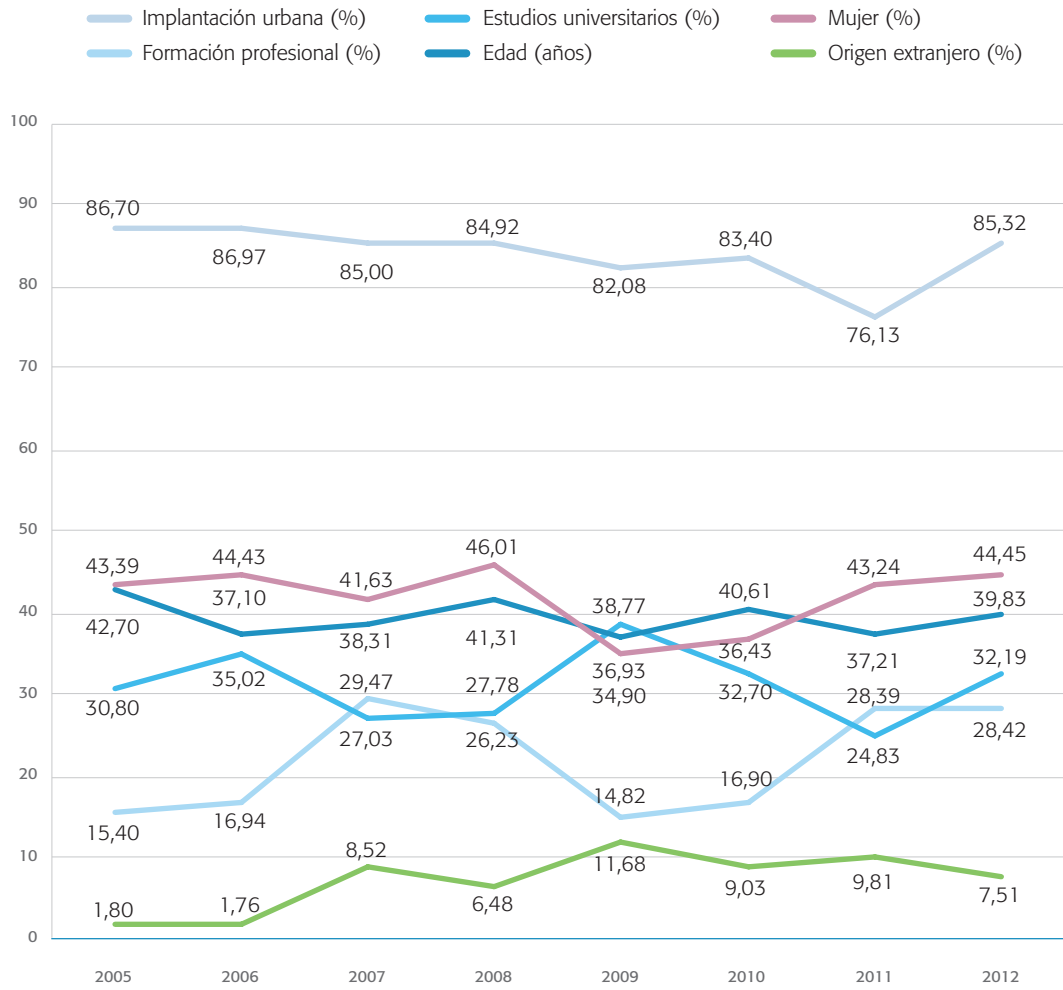
A continuación se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia en 2012 y su evolución en las ocho ediciones del estudio.

Tabla 2.12. Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia 2012

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente	Emprendedor consolidado	Emprendedor que ha abandonado
Sexo	H: 51,00% M: 49,00%	H: 54,06% M: 45,94%	H: 58,28% M: 41,72%	H: 55,55% M: 44,45%	H: 56,81% M: 43,19%	H: 51,00% M: 49,00%
Edad media	38	41	38	40	47	47
Nivel de estudios mayoritario	Universitarios	FP	Universitarios	Universitarios	Obligatorios	Obligatorios
Formación específica para emprender	42,76%	41,74%	41,57%	41,68%	35,58%	39,03%
Nivel de renta media	10.001 - 20.000 €	10.001 - 20.000 €	20.001 - 30.000 €	10.001 - 20.000 €	10.001 - 20.000 €	10.001 - 20.000 €
Implantación zona rural/urbana	U: 77,30% R: 22,70%	U: 87,44% R: 12,56%	U: 81,44% R: 18,56%	U: 85,32% R: 14,68%	U: 76,63% R: 23,37%	U: 86,29% R: 13,71%
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa
Dedicación completa	90,41%	98,09%	100%	98,86%	99,49%	89,48%
Origen español	87,80%	92,81%	91,93%	92,49%	93,34%	95,26%
Tamaño del hogar	3,41	3,51	3,57	3,53	3,40	3,13



Figura 2.3. Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2012)





## 3.1. Introducción

En este capítulo se describen las características de las iniciativas resultantes del proceso emprendedor, entendiendo como tales el sector de actividad donde se encuadran, su dimensión en función del número de propietarios y trabajadores, el uso de nuevas tecnologías y el grado de innovación, el nivel de competencia en el mercado percibido por los emprendedores y, por último, la previsión de expansión e internacionalización de sus productos y servicios.



La actividad empresarial dominante es la de servicios al consumo, prevalece el propietario individual y la amplia mayoría de iniciativas son microempresas, todas ellas con un nivel de innovación bajo, emplazadas en un sector de baja tecnología y con gran competencia, sin vocación de crecimiento ni expansión en los mercados internacionales.

## 3.2. Sector de actividad



Al igual que en ediciones anteriores, las iniciativas emprendedoras se clasifican en cuatro sectores: el extractivo o primario, el transformador, el de servicios a empresas y el de servicios al consumo.

El sector de actividad predominante en todas las etapas del proceso emprendedor de Galicia continúa siendo el de los servicios orientados al consumo, que además aumenta su presencia en todas las fases de la actividad emprendedora.

El sector de servicios a empresas refleja una situación similar a la de 2011 e incrementa su presencia en todas las fases del proceso emprendedor excepto en las iniciativas consolidadas, que reducen su presencia en 1,97 puntos (de un 12,02% a un 10,05%).

Por su parte, las iniciativas del sector transformador disminuyen respecto a la edición precedente, mostrando su máxima expresión en las iniciativas nuevas, donde han pasado de representar un 18,95% a un 8,12%.

El sector que registra una menor actividad emprendedora continúa siendo el extractivo o primario. Este sector pierde presencia en todas las etapas asociadas a la creación del negocio con la excepción de las iniciativas nuevas, en donde registra un incremento respecto a la edición pasada de 3,68 puntos porcentuales.

Estos resultados concuerdan con lo esperado en tiempos de crisis, cuando resulta más barato y sencillo emprender en el sector de servicios, al consumo o a empresas, que en el sector extractivo e industrial.

Figura 3.1. Sector general de actividad de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)

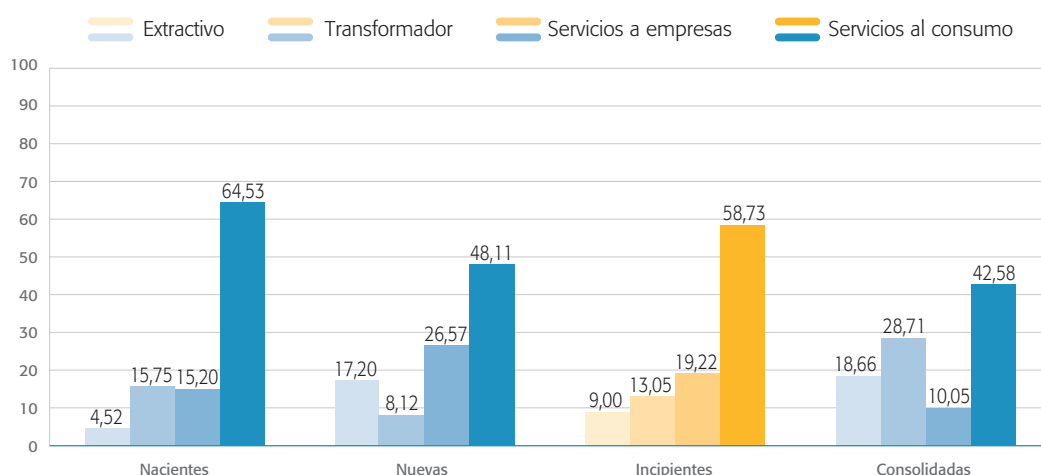


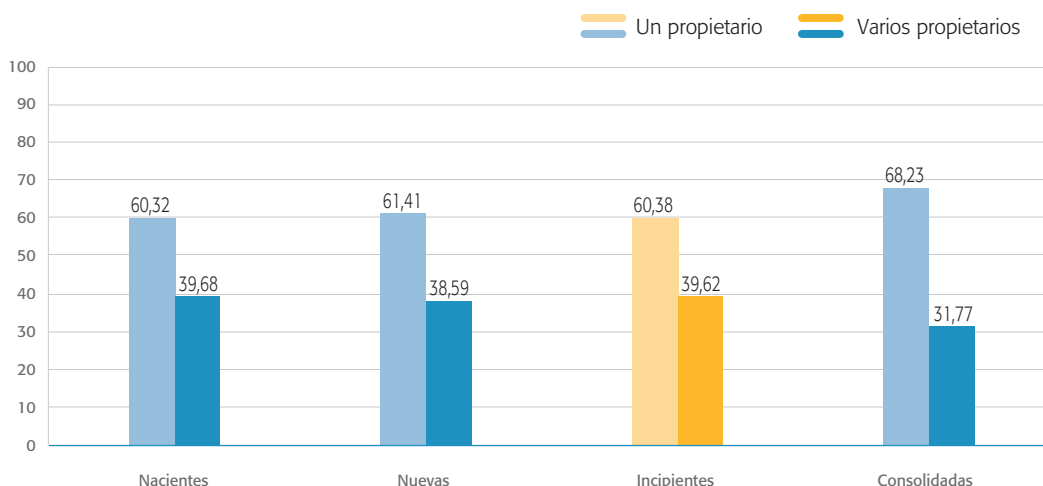
Tabla 3.1. Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2012)

Características de las iniciativas emprendedoras		Sector de actividad			
		Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumo
Nivel de empleo	Sin empleados	35,87	86,34	39,12	53,92
	1-5 empleados	64,13	13,66	60,88	32,25
	6-19 empleados	-	-	-	13,83
	20 o más empleados	-	-	-	-
Expansión de mercado	Sin expansión	74,44	50,66	59,63	57,02
	Alguna expansión (sin nueva tecnología)	14,74	28,10	25,89	27,91
	Alguna expansión (con nueva tecnología)	10,82	21,24	9,53	15,07
	Profunda expansión	-	-	4,95	-
Nivel de innovación	No innovadora	85,26	64,67	43,97	51,76
	Parcialmente innovadora	14,74	14,52	40,44	34,97
	Totalmente innovadora	-	20,81	15,59	13,27
Nivel de competencia	Sin competencia	10,82	13,69	4,71	7,88
	Alguna competencia	37,96	35,99	41,34	36,74
	Mucha competencia	51,22	50,32	53,95	55,38
Nivel tecnológico	Tecnología antigua (más de 5 años)	65,96	71,64	34,68	63,29
	Tecnología reciente (1-5 años)	23,22	7,12	50,84	21,65
	Tecnología nueva (menos de 1 año)	10,82	21,24	14,48	15,06
Nivel de exportaciones	No exporta	88,06	91,89	65,42	77,35
	1%-24%	-	8,11	17,14	17,72
	25%-75%	11,94	-	11,37	4,93
	76%-100%	-	-	6,07	-

### 3.3. Dimensión en función del número de propietarios y trabajadores

En esta edición se observa un ligero incremento de la cooperación entre emprendedores en todas las etapas del proceso, excepto en las iniciativas nacientes. Pese a este cambio de tendencia, el carácter individual sigue siendo la característica común del emprendedor en Galicia, en donde más del 68% de las iniciativas consolidadas y alrededor del 60% del resto de iniciativas son llevadas a cabo por una sola persona.

Figura 3.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)



La situación en relación con el número medio de propietarios mantiene la tendencia decreciente detectada en ediciones anteriores, con la única excepción de un leve incremento en la fase consolidada (de 1,48 a 1,58). Pese a esta leve mejoría, en esta edición se amplía la diferencia existente con los valores reflejados para España. La media de propietarios españoles que se encuentra en fase consolidada ha aumentado considerablemente respecto a la edición anterior (de 2,27 a 3,64).

Tabla 3.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (2011-2012)

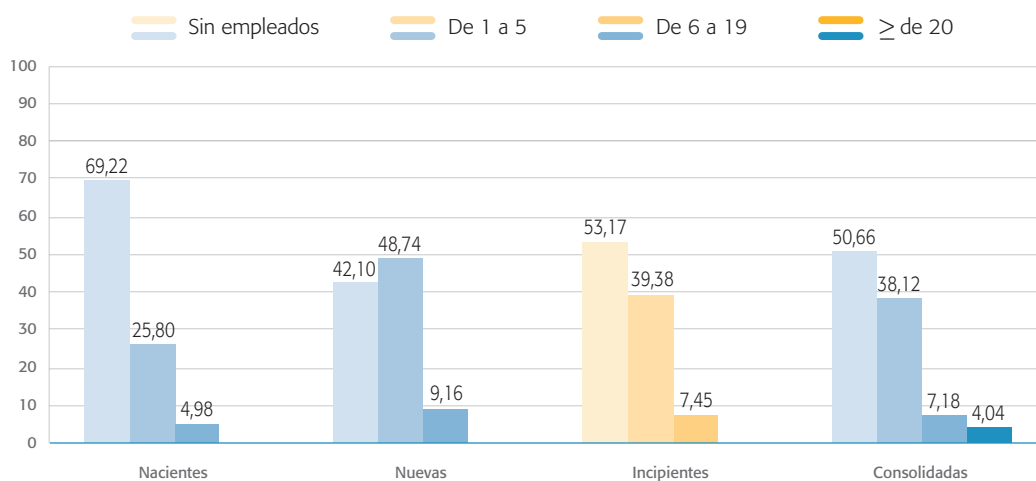
Fase del proceso emprendedor	Galicia				España			
	Media		Desviación típica		Media		Desviación típica	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Naciente	1,82	1,72	1,19	1,14	1,96	1,97	1,39	1,37
Nueva	1,60	1,58	1,17	0,83	1,62	1,67	1,05	1,31
Incipiente	1,70	1,68	1,18	1,04	1,81	1,85	1,26	1,35
Consolidada	1,48	1,58	1,06	1,31	2,27	3,64	23,27	44,57

En cuanto a la dimensión de las iniciativas en términos de empleo, el tejido empresarial de Galicia se caracteriza por el fuerte peso que tienen las microempresas (menos de diez empleados) en nuestra economía.

En relación con la edición de 2011, se observa un incremento en la generación de empleo entre las iniciativas incipientes, reduciéndose el porcentaje de negocios que solo proporcionan empleo a sus propietarios en favor de aquellas iniciativas cuya dimensión es de 1 a 5 trabajadores. Sobresale la reducción de más de 25 puntos porcentuales que se ha producido en las iniciativas nacientes, en donde el autoempleo ha pasado de representar un 96,89% a un 69,22%.

Estos indicadores demuestran que tales iniciativas están siendo más ambiciosas que las del año pasado en cuanto a posibilidades de crecimiento y creación de puestos de trabajo.

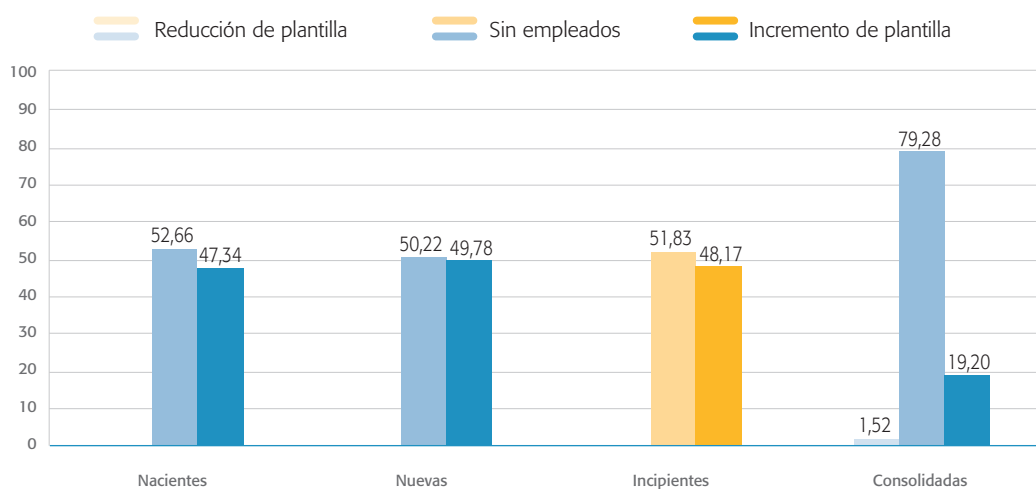
Figura 3.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)



Los resultados acerca de la previsión de la evolución del empleo confirman la gravedad de la crisis económica en la que estamos inmersos. Más del 50% de los emprendedores no tiene previsto generar empleo en los próximos cinco años, superando ampliamente este porcentaje en el caso de las iniciativas consolidadas, en donde el 79,28% estima un estancamiento en el empleo.

Es preciso constatar que los resultados indican el comportamiento de las empresas con menos de diez empleados (microempresas), ya que no se dispone de muestra suficiente para los demás estratos.

Figura 3.4. Previsión de la evolución en cuanto a empleo para los próximos 5 años en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)



### 3.4. Grado de innovación y uso de nuevas tecnologías



El observatorio GEM se centra en el estudio de la innovación relacionada con la novedad del producto o servicio que se ofrece al cliente, por ser el concepto más aceptado por las empresas.

Se mantiene la tendencia observada en anteriores ediciones de reducción paulatina de las iniciativas que se consideran no innovadoras, con la única excepción del leve incremento experimentado entre las iniciativas nuevas. Destaca la amplia reducción de 20,24 puntos porcentuales entre las empresas nacientes no innovadoras, que han pasado de representar un 62,91% a un 42,67%.

Por el contrario, la proporción de empresas que se reconocen como completamente innovadoras en productos o servicios ha descendido considerablemente en relación con la edición anterior, en todas las fases del proceso innovador.

Pese a este mal dato, continúa la senda de crecimiento observada en la edición pasada entre las iniciativas emprendedoras con algún grado de innovación, con la única excepción de las iniciativas nuevas, que experimentan un leve retroceso de 1,93 puntos porcentuales (de un 24,46% a un 22,53%).

Figura 3.5. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)

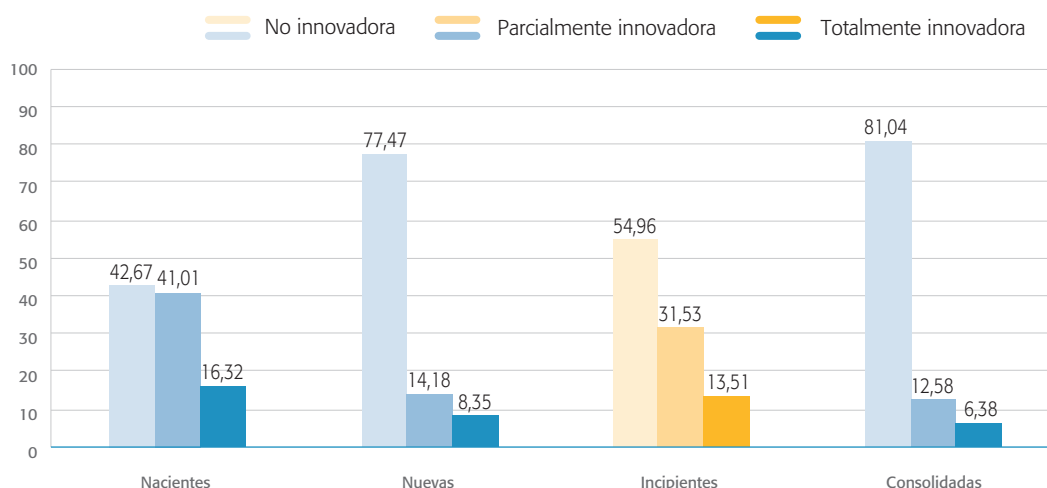
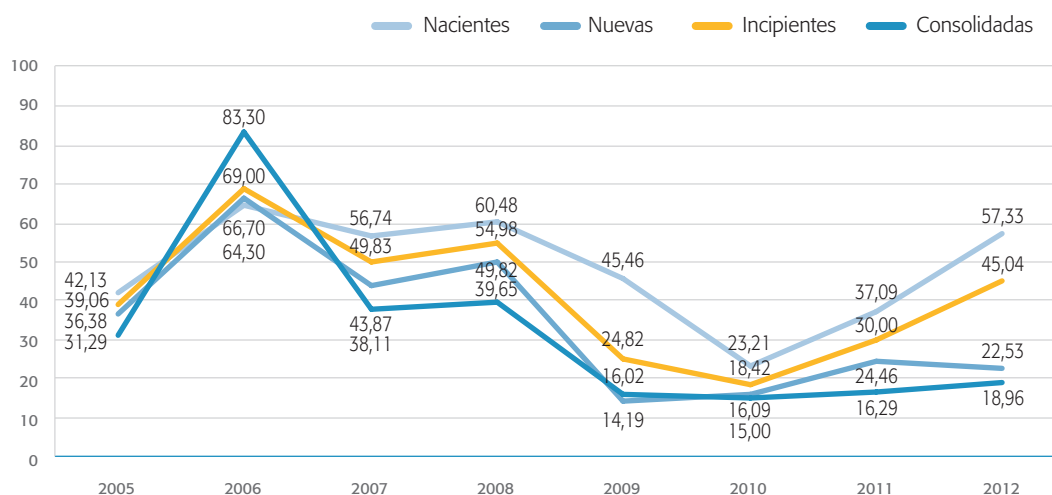
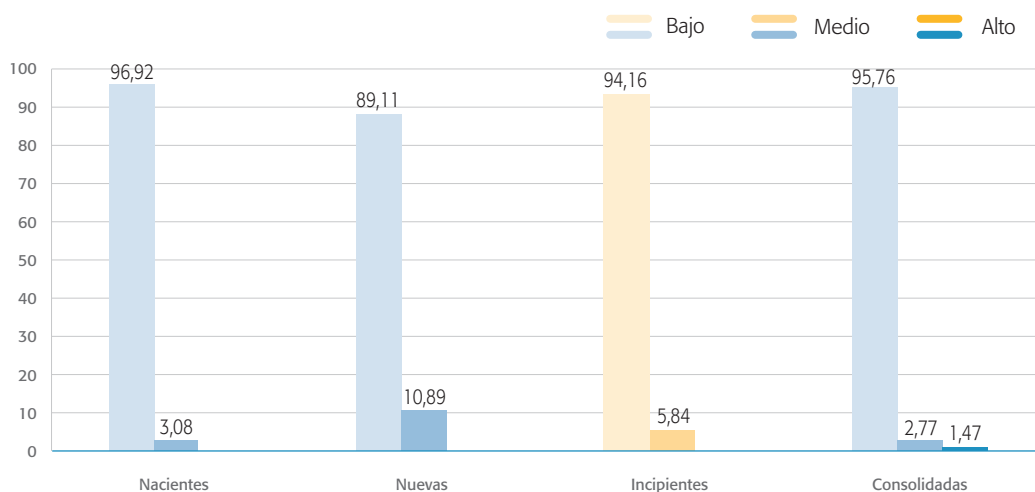


Figura 3.6. Evolución de las iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012)



Los proyectos emprendedores en Galicia tienen una presencia escasa o nula en sectores tecnológicos, presencia que incluso se reduce con respecto a la edición anterior. Con la excepción de las iniciativas nuevas, en torno al 95% de los proyectos de Galicia se caracterizan por pertenecer a sectores con un nivel tecnológico bajo y solo un 1,47% de las iniciativas consolidadas se ha posicionado en un nivel tecnológico alto.

Figura 3.7. Nivel tecnológico del sector de actividad según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)



El escaso uso de tecnologías nuevas o recientes en los procesos productivos y comerciales revela de nuevo el escaso carácter innovador de los proyectos emprendedores puestos en marcha en Galicia. Este aspecto resulta de especial relevancia, al ir en detrimento de la productividad de las iniciativas emprendedoras en Galicia y, en consecuencia, afectar negativamente a su competitividad.

Exceptuando el caso de las iniciativas nacientes, en donde un 30,65% de las empresas utilizan tecnología reciente y un 17,8% tecnología nueva, el resto de iniciativas experimenta un retroceso en el uso de tecnologías nuevas o recientes. Destaca el aumento producido en las iniciativas nuevas, donde el uso de tecnología antigua ha pasado de representar un 56,19% a un 72,98%.

Figura 3.8. Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)

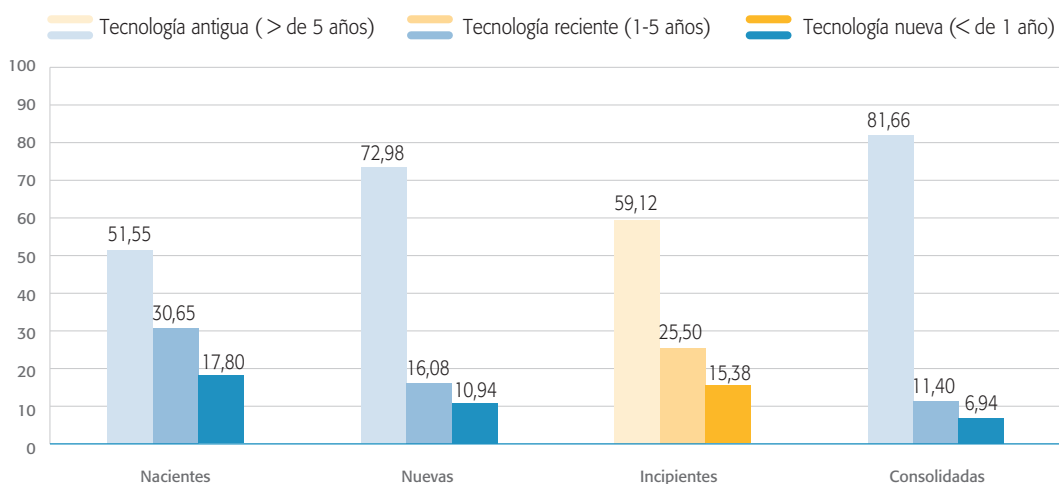
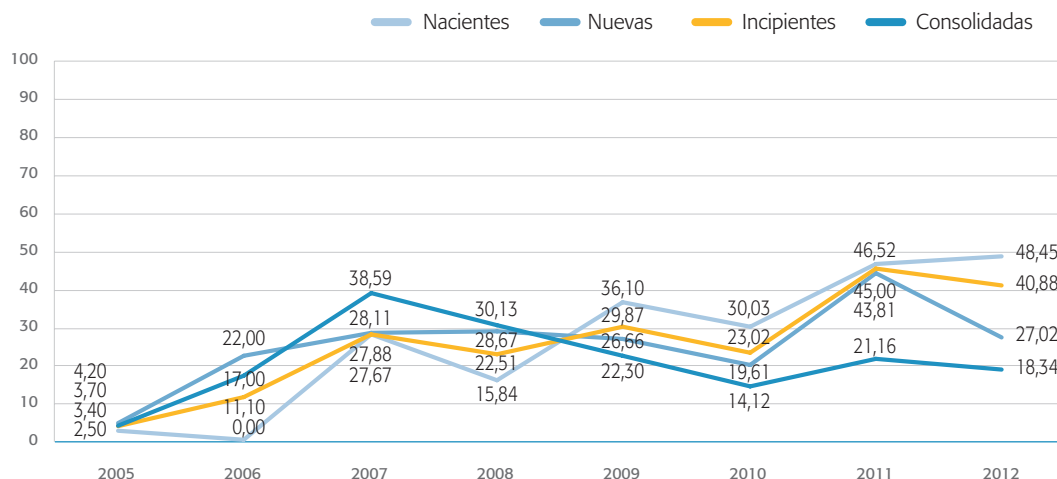




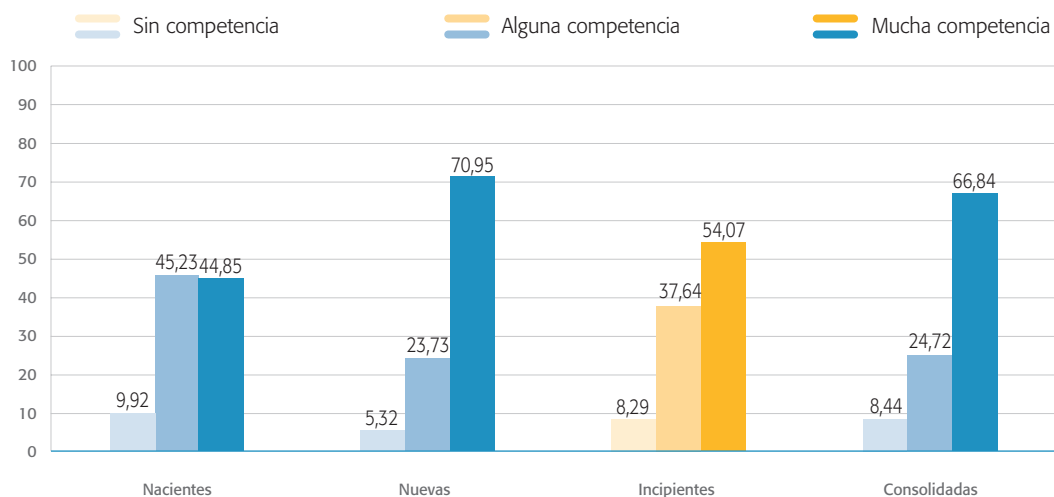
Figura 3.9. Evolución de las iniciativas emprendedoras con uso de tecnologías nuevas o recientes (menos de 5 años) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012)



### 3.5. Nivel de competencia en el mercado y previsión de expansión e internacionalización

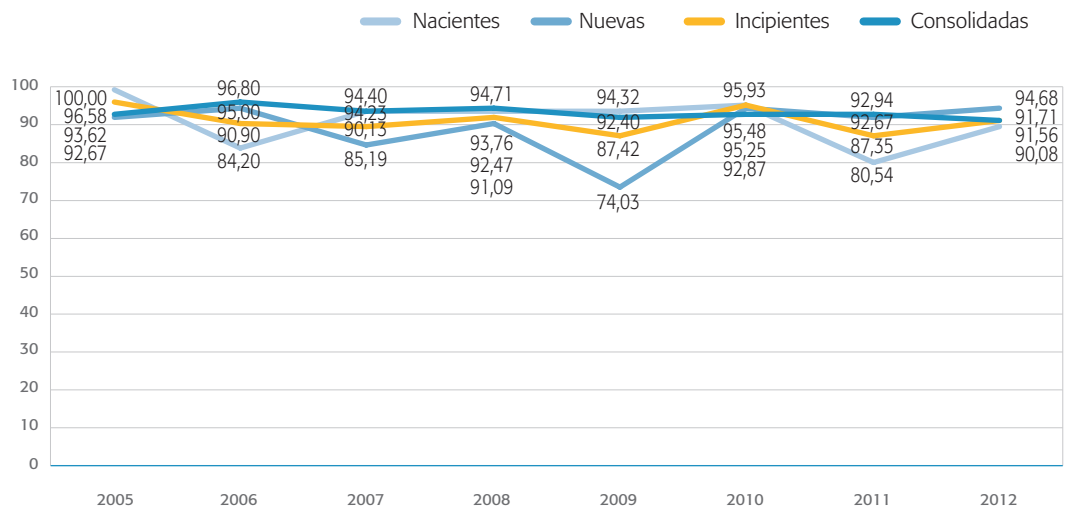
En general, el emprendedor de Galicia considera que los mercados en los que desarrolla su actividad se caracterizan por un elevado nivel de competencia. En esta edición, la percepción de numerosos competidores se ha incrementado en todas las etapas del proceso emprendedor, excepto en las iniciativas consolidadas. Paralelamente, se ha producido una reducción generalizada en la proporción de emprendedores que considera que no tienen competencia.

Figura 3.10. Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)



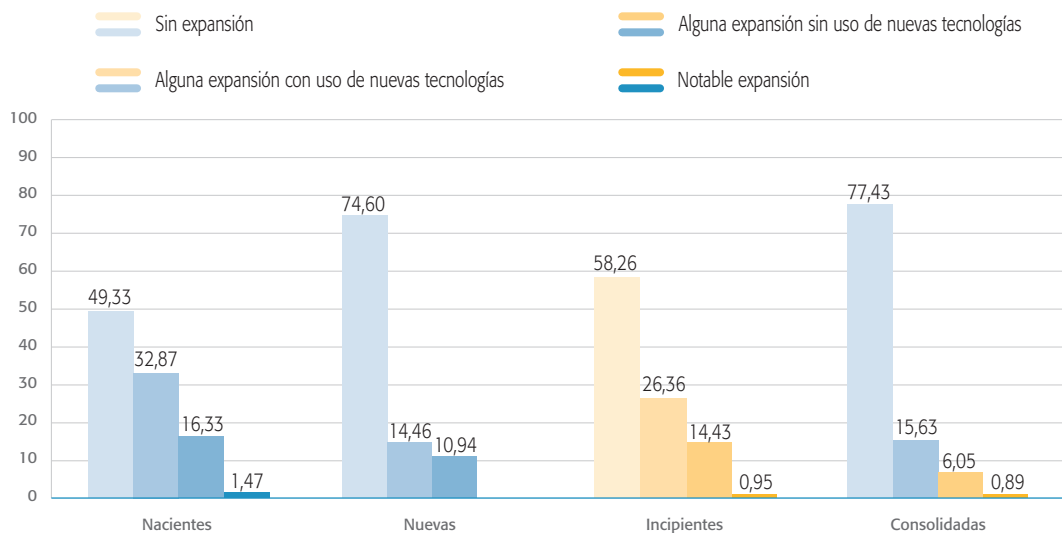
En 2012, más del 90% de los emprendedores en Galicia perciben la presencia de alguna o mucha competencia, con independencia de la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren. Destaca el aumento de esta percepción entre las iniciativas nacientes, que alcanza el 90,08% de las mismas frente al 80,54% de la edición anterior.

Figura 3.11. Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado (alguna o mucha) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012)



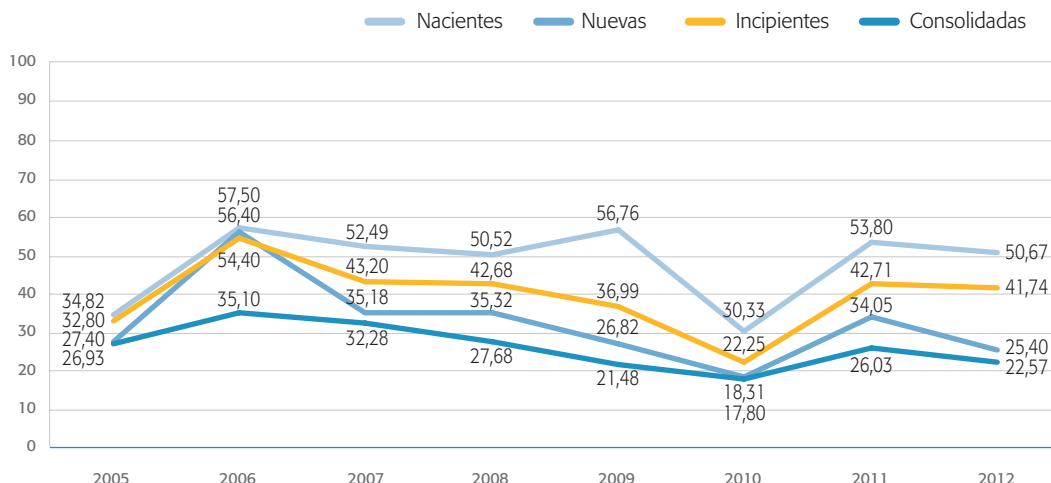
El potencial de expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras de Galicia es bastante reducido, especialmente en las empresas nuevas, en donde aproximadamente el 75% de los emprendedores no espera ampliar su mercado.

Figura 3.12. Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)



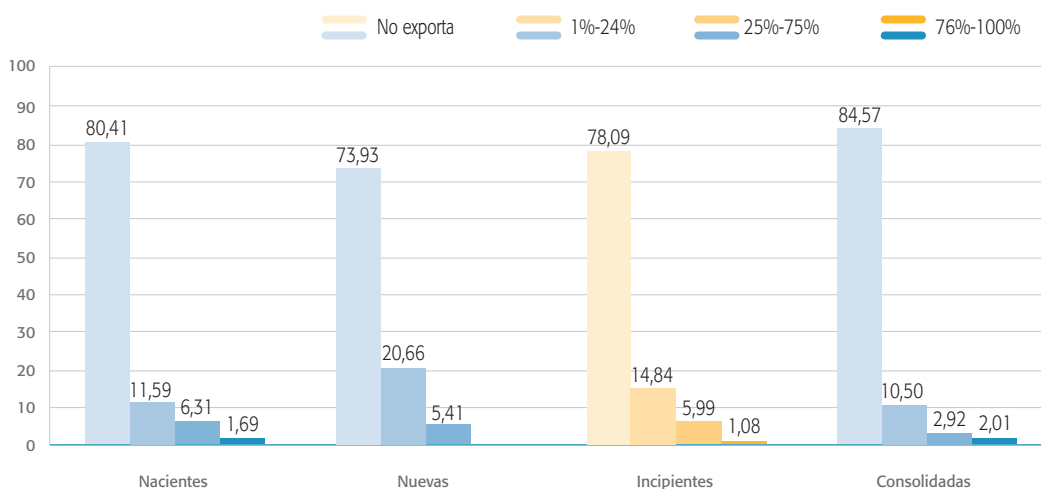
En esta edición se detecta un descenso frente a la edición precedente de la capacidad de las iniciativas para ampliar su mercado en los próximos ejercicios.

Figura 3.13. Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012)



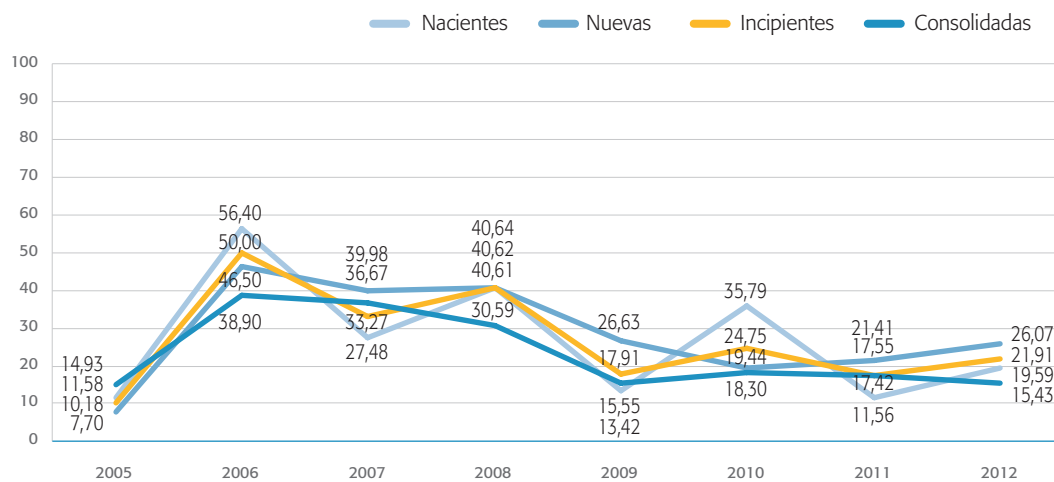
La proporción de iniciativas exportadoras es baja, en torno al 20%, y la gran mayoría de las que exportan no superan el tramo del 25% de su producción. Pese a este resultado, se observa una evolución positiva con respecto a los resultados del informe anterior, al reducirse el porcentaje de empresas que no exportan entre las iniciativas nacientes, nuevas e incipientes.

Figura 3.14. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)



En 2012 se produce un ligero incremento del porcentaje de iniciativas emprendedoras que contemplan los mercados exteriores como su mercado objetivo. En el caso de las iniciativas nacientes, dicho aumento ha sido de 8,03 puntos porcentuales (de un 11,56% a un 19,59%).

Figura 3.15. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012)



## 3.6. Caracterización de las actividades resultantes del proceso emprendedor

A continuación, se recoge una síntesis de las principales características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia.

Tabla 3.3. Síntesis de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia 2012

Características de las iniciativas emprendedoras		Fase del proceso emprendedor			
		Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente	Emprendedor consolidado
Sector de actividad		Consumo 64,53%	Consumo 48,11%	Consumo 58,73%	Consumo 42,58%
Dimensión	Un propietario	60,32%	61,41%	60,38%	68,23%
	Sin empleados	69,22%	42,10%	53,17%	50,66%
Innovación	Grado de innovación	No innovadora 42,67%	No innovadora 77,47%	No innovadora 54,96%	No innovadora 81,04%
	Nivel tecnológico del sector	Bajo 96,92%	Bajo 89,11%	Bajo 94,16%	Bajo 95,76%
	Uso de tecnologías	Tecnología antigua 51,55%	Tecnología antigua 72,98%	Tecnología antigua 59,12%	Tecnología antigua 81,66%
Competencia		Alguna competencia 45,23%	Mucha competencia 70,95%	Mucha competencia 54,07%	Mucha competencia 66,84%
Expansión		Sin expansión 49,33%	Sin expansión 74,60%	Sin expansión 58,26%	Sin expansión 77,43%
Mercado exterior		No exporta 80,41%	No exporta 73,93%	No exporta 78,09%	No exporta 84,57%



## 4.1. Introducción

A continuación se resumen las principales características del emprendimiento femenino en Galicia y de su actividad empresarial. El interés de este análisis reside en el hecho de que el sexo de quien promueve una actividad emprendedora puede ser un elemento diferenciador, por lo que resulta relevante estudiar las diferencias que se producen entre años, provocadas por la situación socioeconómica de cada momento.

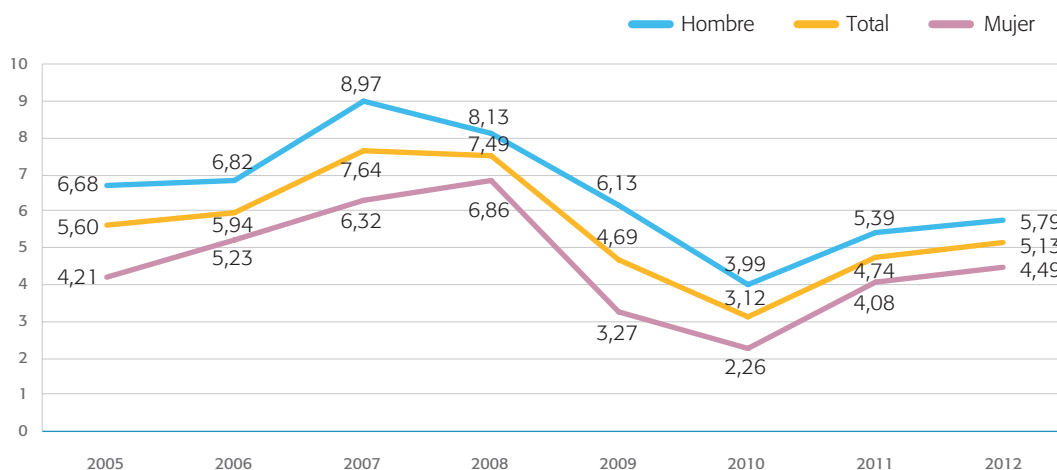


En Galicia continúa, por segundo año consecutivo, la recuperación de la actividad emprendedora, tanto masculina como femenina, después de dos años de importantes caídas. El TEA femenino (4,49) se mantiene por debajo del masculino (5,79), aunque va recortando posiciones, siendo la diferencia entre ambos la menor desde el año 2008.

## 4.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En el año 2012 continúa la recuperación del TEA iniciada en el año 2011, que contrasta con el descenso experimentado en el periodo 2007-2010. Así, el índice de emprendimiento femenino aumenta en 0,41 puntos en relación con el año 2011 (pasando de 4,08 a 4,49), el mismo aumento que se produce en el TEA masculino (de 5,39 a 5,79).

Figura 4.1. Evolución del TEA en función del sexo (%), 2005-2012)



En todo el periodo de estudio y en todas las etapas del proceso emprendedor se presentan indicadores para la mujer inferiores a los de los hombres, si bien las diferencias parecen reducirse desde el año 2010. Además, estas distancias son inferiores a las que se presentan en España, con independencia de la fase del proceso emprendedor analizada, destacando las iniciativas nacientes y nuevas, donde el diferencial es la mitad del español.

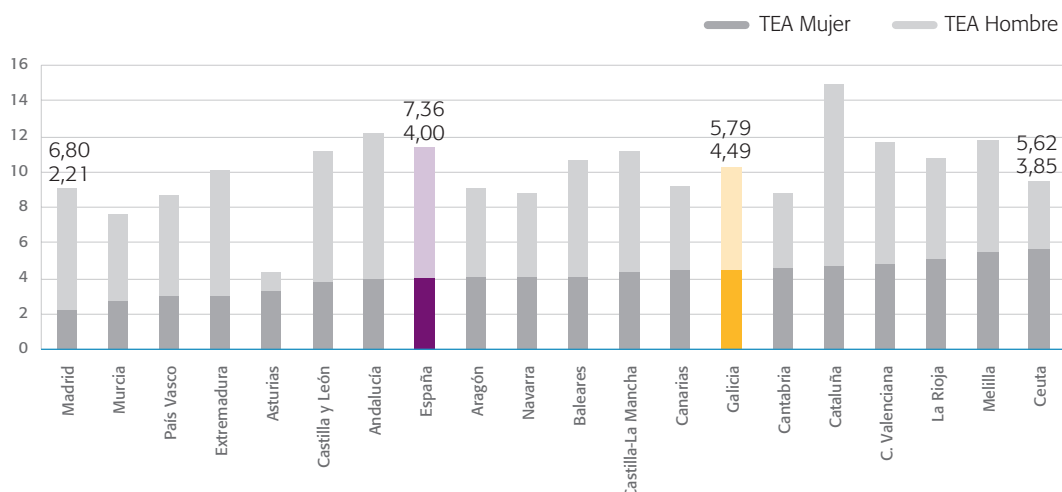
En relación con el cese efectivo de iniciativas, en Galicia se observa un ligero aumento en la tasa de cierre de las iniciativas femeninas (que pasa de 1,38 a 1,41), que es ligeramente superior a la española (1,27) pero que se mantiene por debajo de la masculina (1,56).

Tabla 4.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (% , 2012)

Actividad emprendedora	Galicia			España		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Emprendedores potenciales	8,48	7,80	8,13	14,00	10,08	12,05
Iniciativas nacientes	3,64	3,00	3,32	4,33	2,36	3,35
Iniciativas nuevas	2,14	1,49	1,81	3,03	1,64	2,34
Actividad emprendedora incipiente total o TEA 2012	5,79	4,49	5,13	7,36	4,00	5,70
Iniciativas consolidadas	12,07	8,90	10,46	11,07	6,36	8,74
Cese efectivo de iniciativas	1,56	1,41	1,48	1,92	1,27	1,60

En definitiva, continúa la recuperación de la actividad emprendedora en Galicia que se inició en el año 2011. EL TEA femenino del año 2012 alcanza un valor de 4,49. Si se compara el TEA femenino gallego con el del resto de España, se sitúa por encima de la media. Además, el diferencial entre el TEA femenino y el masculino en Galicia desciende 1,3 puntos, por debajo del español (3,36 puntos).

Figura 4.2. TEA en función del sexo en el contexto de España (% , 2012)



### 4.3. Perfil socioeconómico

En esta sección se elabora el perfil socioeconómico de las emprendedoras de Galicia. Así, según los datos que presenta la tabla 4.2:

- El 76,21% se encuentra comprendido en el tramo de edad de 25-44 años, mejorando el dato del 2011 (74,34%) y superando ampliamente el de la media española (49,04%). Dentro de este tramo, el mayor porcentaje tiene entre 35 y 44 años (44,27%). A su vez, disminuye el porcentaje de mujeres con edad entre 25 y 34 años (31,94%), pero este sigue siendo superior al que presenta la media española (23,57%).
- Desciende ligeramente el porcentaje de emprendedoras de Galicia con estudios universitarios, situándose en el 30,6%. Asimismo, desciende el porcentaje con estudios obligatorios (26,43%) y de bachillerato (9,12%).



- Aunque desciende el porcentaje de emprendedoras que manifiesta tener una formación específica para emprender (45,26% frente al 55,98%), es de destacar que este porcentaje sigue siendo significativamente superior al que presentan las emprendedoras por término medio en España (27,7%), y al que presentan los emprendedores de Galicia (38,81%).
- La renta anual desciende en todos los tramos, de forma que, en el año 2012, el 31,21% de las emprendedoras de Galicia declara unos ingresos inferiores o iguales a los 20.000 euros, el 17,59% dice tener unos ingresos comprendidos entre 20.001 y 30.000 euros, y el 13,11% unos ingresos superiores a los 30.000 euros. Aun así, el porcentaje de emprendedoras pertenecientes al tramo medio de renta supera a la media española (12,72%) y prácticamente coincide en el tramo alto (13,09%).
- En relación con el entorno donde desarrollan su actividad, nuevamente se incrementa el porcentaje de emprendedoras urbanas, que asciende al 84,84% y se acerca a la media española (87,25%).
- El porcentaje de emprendedoras en Galicia es mayoritariamente de origen español (91,75%), al igual que ocurre con la media en España (92,97%).
- En el año 2012 vuelve a descender, aunque ligeramente, el porcentaje de emprendedoras que se encuentra en situación de empleo activo (82,91%), si bien este porcentaje es significativamente superior a la media española, donde solo el 51,01% estaría en esta situación.
- Se recupera el porcentaje de emprendedoras que dice dedicarse a tiempo completo a su negocio (100%), superando en casi 20 puntos al porcentaje medio en España (80,08%).
- Finalmente, desciende el tamaño medio del hogar de la emprendedora en Galicia (3,7), que sigue siendo ligeramente superior al de la media española (3,32).

Tabla 4.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en fase incipiente en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2012)

Perfil socioeconómico del emprendedor		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Edad	25-34 años	33,35	31,94	32,72	24,16	23,57	23,87
	35-44 años	35,48	44,27	39,38	26,27	25,47	25,87
Nivel de estudios	Obligatorios	29,59	26,43	28,22	33,36	35,84	34,59
	Bachillerato	12,74	9,12	11,17	12,41	11,77	12,09
	Universitarios	33,41	30,60	32,19	31,23	32,68	31,94
Con formación específica para emprender		38,81	45,26	41,68	33,59	27,70	30,68
Nivel de renta anual	≤20.000 €	24,45	31,21	27,45	29,05	33,29	31,15
	20.001-30.000 €	19,46	17,59	18,63	15,60	12,72	14,17
	>30.000 €	26,08	13,11	20,31	23,48	13,09	18,34
	NS/NC	30,01	38,09	33,61	31,87	40,90	36,34
Entorno urbano		85,71	84,84	85,32	88,30	87,25	87,78
Origen español		91,54	91,75	91,63	95,51	92,97	94,25
Situación laboral de empleo activo		91,16	82,91	87,49	64,76	51,01	57,96
Dedicación a tiempo completo		98,04	100,00	98,86	93,75	80,08	87,80
Tamaño del hogar (media)		3,40	3,70	3,53	3,30	3,32	3,31

## 4.4. Características de la actividad emprendedora

En la tabla 4.3 se recogen las principales características de la actividad empresarial en función del sexo de la persona promotora. De su análisis podemos destacar lo siguiente:

- Se incrementa el porcentaje de iniciativas promovidas por mujeres dentro del sector de servicios de consumo, que alcanzan el 68,01%, superando ligeramente la media española (65,09%) y en más de 10 puntos el porcentaje de iniciativas de este sector promovidas en Galicia por varones (51,3%). También se incrementa, aunque de forma mucho más suave, el porcentaje de empresas promovidas por mujeres en el sector transformador (10,06%), que se sitúa ligeramente por encima de la media española (9,94%) y por debajo de las empresas promovidas por hombres en este sector en Galicia (15,45%).
- Se mantiene el peso de las promotoras que son únicas propietarias de su negocio (53,67%), si bien este porcentaje es ligeramente inferior al de la media en España (55,25%) y más de diez puntos inferior al de los varones gallegos (65,46%).
- Aumenta de forma importante el peso de las empresarias con empleados a su cargo (51,37%), superando claramente el porcentaje de microempresas lideradas por mujeres en España (37,16%) y casi duplicando a los emprendedores masculinos de Galicia (28,8%).
- Además de mejorar la dimensión empresarial, también aumenta de forma muy importante el porcentaje de emprendedoras que manifiesta intención de incrementar su plantilla (pasando del 57,59% al 74,43%), siendo este porcentaje superior en más de 10 puntos a la media en España (62,43%).
- En el área de innovación, mejora el peso de los productos o servicios total o parcialmente innovadores, que en el caso de las emprendedoras de Galicia alcanzan el 48,06%, superando tanto el porcentaje medio de emprendedoras en España (42%) como el de varones en Galicia (42,61%). Sin embargo, desciende el uso de tecnologías nuevas o recientes, que se sitúa en el 34,43%, si bien este porcentaje es superior a la media de las emprendedoras españolas (29,29%). Por último, sigue siendo muy elevado el porcentaje de emprendedoras que desarrollan su actividad en sectores de baja o nula tecnología 97,76%.
- Si se analizan las variables relativas al mercado, se puede ver que respecto a 2011 aumenta el porcentaje de emprendedoras que perciben mucha competencia en su sector de actividad (52,91%) y disminuye el de quienes manifiestan que están trabajando en sectores sin expansión (57,09%), siendo estas diferencias mínimas tanto en comparación con la media de las emprendedoras en España como con los emprendedores varones (tanto en Galicia como en España). Un punto a destacar es la reducción que se produce en el porcentaje de emprendedoras que manifiesta no exportar (76,39%), siguiendo la misma tendencia que la media de las emprendedoras en España y mejorando el porcentaje de emprendedores de Galicia que manifiestan no exportar (79,43%).

Tabla 4.3. Características de la actividad emprendedora en fase incipiente en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2012)

Características de las iniciativas emprendedoras		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Sector general de actividad	Transformador	15,45	10,06	13,05	22,85	9,94	18,36
	Servicios a empresas	23,89	13,37	19,22	27,49	22,20	25,65
	Servicios de consumo	51,30	68,01	58,73	45,36	65,09	52,24
Número de propietarios	Un propietario	65,46	53,67	60,38	53,95	55,25	54,40
Dimensión	Sin empleados	60,51	44,84	53,17	57,59	56,37	57,15
	De 1 a 5 empleados	28,80	51,37	39,38	36,01	37,16	36,42
Tipo de evolución esperada	Sin empleados	29,00	25,57	27,58	33,20	37,57	34,70
	Incremento de plantilla	71,00	74,43	72,42	66,80	62,43	65,30
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	42,61	48,06	45,04	41,60	42,00	41,74
	Uso de tecnología nueva o reciente	46,04	34,43	40,88	32,92	29,29	31,66
	Presencia en sectores con baja o nula tecnología	91,28	97,76	94,16	88,35	93,32	90,08
Mercado	Mucha competencia	55,00	52,91	54,07	48,15	45,09	47,09
	Sin expansión	59,20	57,09	58,26	52,35	52,27	52,32
	No exporta	79,43	76,39	78,09	73,49	76,33	74,47

## 4.5. Factores psicológicos y sociales

En la tabla 4.4 se recogen algunos factores psicológicos y sociales que influyen en la actividad emprendedora, diferenciándolos según el género. Los principales resultados se pueden resumir como sigue:

- Entre las promotoras, mejora la percepción de oportunidades para la creación de empresas, que alcanza un 37,07%, claramente superior al porcentaje medio de emprendedoras en España (11,89%) e incluso superior a la percepción de los emprendedores varones en Galicia (27,93%).
- Además se reduce el temor al fracaso entre las emprendedoras de Galicia, que mayoritariamente (63,37%) manifiestan no tener, siendo este porcentaje muy superior a la media española (43,27%), aunque ligeramente inferior al porcentaje de emprendedores de Galicia (69,39%). En el año 2012 se reduce el diferencial de género en Galicia en relación con el temor al fracaso, de 9 a 6 puntos.
- Aunque, con relación al año 2011, se reduce el porcentaje de emprendedoras en Galicia que manifiestan tener habilidades y conocimientos para emprender, situándose en el 82,96%, esta cifra casi duplica el porcentaje medio de emprendedoras españolas que dicen poseer estas habilidades (44,18%).
- Como inversoras informales, el 6,26% de las emprendedoras de Galicia están dispuestas a invertir en nuevos proyectos, lo que supone un retroceso en relación con el año anterior (7,53%). En cualquier caso, son mayores tanto las caídas de este porcentaje en el caso de la media de las emprendedoras españolas (que pasa de 6,21% a 3,25%) como el de los emprendedores de Galicia (que pasa del 11,8% al 4,8%).

Tabla 4.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en fase incipiente en función del sexo (% , 2012)

Factores psicosociales para emprender		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	72,07	62,93	68,12	84,16	88,11	86,10
	Sí	27,93	37,07	31,88	15,84	11,89	13,90
Temor al fracaso	No	69,39	63,37	66,72	50,64	43,27	47,00
	Sí	30,61	36,63	33,28	49,36	56,73	53,00
Posesión de habilidades y conocimientos para emprender	No	9,53	17,04	12,90	43,58	55,82	49,62
	Sí	90,47	82,96	87,10	56,42	44,18	50,38
Inversión informal	No	95,20	93,74	94,55	95,66	96,75	96,20
	Sí	4,80	6,26	5,45	4,34	3,25	3,80

## 4.6. Síntesis del proceso emprendedor en función del sexo

Tabla 4.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor de la mujer en Galicia 2012

Principales características del proceso emprendedor de la mujer en Galicia		
Dinámica emprendedora de la población	Emprendedoras potenciales	7,80%
	Iniciativas nacientes	3,00%
	Iniciativas nuevas	1,49%
	Actividad emprendedora incipiente total o TEA 2012	4,49%
	Iniciativas consolidadas	8,90%
	Cese efectivo de iniciativas	1,41%
Perfil socioeconómico de las emprendedoras	Edad	El 76,21% de las emprendedoras entre los 25 y 44 años
	Nivel de formación	Estudios universitarios en el 30,60% de las emprendedoras
	Formación específica para emprender	En torno al 45,26% ha recibido formación específica para emprender
	Nivel de renta anual	El 31,21% declara una renta inferior o igual a los 20.000 euros
	Entorno urbano	Mayoría de las iniciativas urbanas (84,84%)
	Origen	Español (91,75%)
	Situación laboral	Más de un 80% está en situación de empleo activo y se dedica en exclusiva a la gestión de su negocio
	Tamaño medio del hogar	Se aproxima a los cuatro miembros
Características de las iniciativas emprendedoras	Sector general de actividad	El 68,01% en el sector de servicios de consumo
	Número de propietarios	El 53,67% responde a iniciativas de una sola persona
	Dimensión	El 51,37% son microempresas (entre 1 y 5 empleados)
	Potencial de crecimiento de empleo	En su mayoría (74,43%), prevén aumentar el número de trabajadores
	Carácter innovador	Predominan las iniciativas en sectores con bajo nivel tecnológico (un 97,76%). Casi el 50% oferta productos o servicios parcialmente innovadores y el 34,43% manifiesta utilizar tecnologías nuevas o recientes
	Previsión de competencia	Mucha competencia (52,91%)
	Previsión de expansión en el mercado	Sin expansión (57,09%)
	Internacionalización	Prácticamente nula (76,39%)
Factores psicosociales para emprender	Escasa percepción de buenas oportunidades para emprender (37,07%). Temor al fracaso en mayor medida que los hombres. Niveles elevados de conocimientos y habilidades para emprender (82,96%)	
Inversión informal	El 6,26% están dispuestas a invertir en nuevos proyectos, superando a los varones (4,8%) y a la media de las emprendedoras en España (3,25%)	



## 5.1. Introducción

En el Informe GEM 2011 se introdujo como novedad un análisis de las características de los emprendedores de Galicia en función del nivel de estudios, con el objetivo de dejar patente la relevancia que dicha variable puede tener en la propensión a emprender. Este es el objeto del presente capítulo: revisar la actividad emprendedora y sus características, el perfil socioeconómico de los emprendedores, así como los factores psicológicos y sociales que influyen en quienes desean emprender, desde la perspectiva de su nivel de estudios, identificando las posibles diferencias entre universitarios y no universitarios a lo largo de todo el análisis.

## 5.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Al igual que en el anterior informe, el porcentaje de universitarios que se consideran potencialmente emprendedores es sensiblemente superior (10,28%) al que reportan aquellos individuos que no poseen dicha titulación (7,44%), aunque en el primer caso el porcentaje cae dos puntos porcentuales respecto al del año anterior. Cuando la comparación se realiza en las iniciativas en fase incipiente, las diferencias, aunque pequeñas, resultan significativas, debido fundamentalmente a las iniciativas nuevas, resultando un TEA de 6,51 para los emprendedores con estudios universitarios y de 4,59 para los no universitarios. La situación en las iniciativas consolidadas es la opuesta, al igual que ocurría en el informe anterior, ya que son los emprendedores sin titulación universitaria los que presentan valores superiores (11,41% frente a 7,77%).

Tabla 5.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del nivel de estudios (% 2012)

Actividad emprendedora de la población	Nivel de estudios		Total
	No universitarios	Universitarios	
Emprendedores potenciales	7,44	10,28	8,13
Iniciativas nacientes	3,20	3,37	3,32
Iniciativas nuevas	1,39	3,14	1,81
Actividad emprendedora incipiente total o TEA 2012	4,59	6,51	5,13
Iniciativas consolidadas	11,41	7,77	10,46
Cese efectivo de iniciativas	1,50	1,88	1,48

## 5.3. Perfil socioeconómico

Para caracterizar el perfil socioeconómico de la población emprendedora de Galicia en función de su nivel de estudios, se observan los diversos rasgos que se recogen en la tabla 5.2:

- Se reduce la edad media entre los emprendedores de Galicia que poseen un título universitario, dado que se incrementa el porcentaje de emprendedores de 25 a 34 años de edad (del 45% del informe anterior al 50,88% en la actualidad). En el caso de emprendedores no universitarios, la mayoría, prácticamente duplicando a los de edad inferior, pertenece al tramo de edad de 35 a 44 años, concretamente un 40,55%, porcentaje similar al del caso de los universitarios (39,27%).
- Destaca la diferencia entre el porcentaje de emprendedores universitarios (51,26%) que manifiestan tener una formación específica para emprender con respecto al mismo dato entre no universitarios (38,3%). Ahora bien, en relación con 2011, en ambos colectivos se redujo sensiblemente (en más de diez puntos porcentuales) el peso de los que afirmaban poseer formación específica para emprender.

- Aumenta el porcentaje de emprendedores universitarios cuya renta se sitúa por encima de 30.000 euros: del 38,47% en 2011 al 51,68% en 2012. Sin duda, es el tramo más numeroso, mientras que en el caso de los no universitarios, y al igual que ocurría en 2011, la mayoría de emprendedores obtienen rentas más bajas, ya que el 48,7% percibe menos de 20.000 euros, y si a estos sumamos los de rentas inferiores a 30.000 euros el porcentaje se eleva al 81,91%.
- En la gran mayoría de los casos, las iniciativas emprendedoras se localizan en zonas urbanas, si bien dicha localización es ligeramente superior para el caso de los universitarios (un 93,78% frente a un 80,89%).
- Se trata, en cualquier caso, de emprendedores de origen español, sin diferencias significativas.
- En la mayoría de los casos, los emprendedores están en situación de empleo activo, siendo el porcentaje en el caso de universitarios del 93,5%, casi 10 puntos superior al de los emprendedores no universitarios, situación similar a la presentada en el informe anterior. En el caso de universitarios, el 100% de emprendedores se dedica a su negocio a tiempo completo.
- El tamaño medio del hogar es ligeramente inferior entre los emprendedores que poseen un título universitario.

Tabla 5.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en fase incipiente en función del nivel de estudios (% , 2012)

Perfil socioeconómico de la población emprendedora		Nivel de estudios		Total
		No universitarios	Universitarios	
Edad	25-34 años	23,63	50,88	32,72
	35-44 años	40,55	39,27	39,38
Con formación específica para emprender		38,30	51,26	41,68
Nivel de renta anual	≤20.000 €	48,70	28,94	27,45
	20.001-30.000 €	33,21	19,38	18,63
	>30.000 €	18,09	51,68	20,31
Entorno urbano		80,89	93,78	85,32
Origen español		91,51	94,34	91,63
Situación laboral de empleo activo		84,29	93,50	87,49
Dedicación a tiempo completo		98,23	100,00	98,86
Tamaño del hogar (media)		3,85	2,86	3,53

## 5.4. Características de la actividad emprendedora

Cuando se clasifica a los promotores de nuevas empresas por su nivel de estudios, se observan determinados indicadores característicos de las iniciativas puestas en marcha por los universitarios frente a las puestas en marcha por los que no poseen dicha formación. Entre estos rasgos, que figuran en la tabla 5.3, cabe destacar:

- La mayoría de los negocios siguen surgiendo en el sector de actividad orientado al consumo, predominando este sector especialmente entre los emprendedores no universitarios (61,29% frente al 50,88% de los emprendedores que poseen formación universitaria). Existen, en cambio, diferencias muy acusadas en las iniciativas emprendidas en los sectores de servicios a empresas y transformador. Así, el 46,11% de las actividades emprendidas por universitarios se ubica en el sector de servicios a empresas y ninguna en el sector transformador. Por el contrario, para las iniciativas emprendidas por no universitarios, estos porcentajes representan el 6,99% y el 19,62%, respectivamente.
- En porcentajes muy similares a los obtenidos para 2011, más de la mitad de las iniciativas emprendidas por universitarios (52,25%) parten de una sola persona, manteniéndose este carácter individual entre los emprendedores no universitarios aunque de forma más patente (63,12%).



- Como era de esperar por el tipo de iniciativas, una característica común es su reducido tamaño. La gran mayoría se puede catalogar como microempresa (con menos de 5 empleados o ninguno), tanto si son creadas por emprendedores que poseen titulación universitaria como si no. No obstante, si bien en 2011 un 79,25% de los emprendedores universitarios afirmaba no crear empleo y generar solo trabajo autónomo, en 2012 este porcentaje se ve reducido al 40,87% de los casos y un 47,85% dispone de 1 a 5 empleados. En este sentido también destaca el aumento de emprendedores universitarios que manifiesta una expectativa de aumentar la plantilla en el futuro; se trata del 86,78% de los casos, aproximadamente 11 puntos por encima del porcentaje de 2011. Dicha expectativa es más pesimista entre los emprendedores no universitarios (casi 22 puntos por debajo, esto es, el 64,94%).
- Si pensamos en términos de innovación de las iniciativas emprendidas por universitarios se observan ciertas mejorías con respecto a la situación en 2011. Aunque siguen predominando claramente las iniciativas desarrolladas en sectores de bajo nivel tecnológico (en torno al 84%), este dato representaba en el informe anterior casi un 92%, demostrando que cada vez es mayor el interés de los universitarios por ejercer su profesión futura en áreas tecnológicas. Por su parte, el desarrollo de negocios en sectores de bajo nivel tecnológico sigue siendo la generalidad entre los emprendedores no universitarios (un 98,75%). Aumentan muy significativamente los universitarios que manifiestan ofrecer productos o servicios total o parcialmente innovadores (pasa del 17,34% en 2011 al 43,24% en este año) y ligeramente los que emplean tecnología nueva o reciente (en 2011 el 34,09% y este año el 49,55%). Entre no universitarios sigue siendo menor que entre universitarios el porcentaje de emprendedores en sectores que requieren nuevas tecnologías.
- Por último, en 2012 crece la percepción entre universitarios de que el grado de competencia en el mercado es muy alta. Si el año pasado esta consideración correspondía al 48,5% de los emprendedores universitarios, en 2012 se eleva al 59,87%, ocho puntos más que en el caso de los no universitarios. Por otra parte, se reduce el número de emprendedores universitarios que se encuentran en un mercado sin expansión (el 60,06%) y de los que señalan no haber salido de las fronteras nacionales para colocar sus productos (en 2011, un considerable 85,6% de las iniciativas), mientras que, en el caso de los emprendedores no universitarios, el 57,62% de sus negocios no tienen capacidad de expansión y un 82,89% manifiesta no exportar.

Tabla 5.3. Características de la actividad emprendedora en fase incipiente en función del nivel de estudios (% , 2012)

Características de la actividad emprendedora		Nivel de estudios		Total
		No universitarios	Universitarios	
Sector de actividad	Transformador	19,62	-	13,05
	Servicios a empresas	6,99	46,11	19,22
	Servicios de consumo	61,29	50,88	58,73
Un propietario		63,12	52,25	60,38
Dimensión	Sin empleados	59,01	40,87	53,17
	De 1 a 5 empleados	35,55	47,85	39,38
Previsión empleo	Sin empleados	35,06	13,22	27,58
	Incremento de plantilla	64,94	86,78	72,42
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	45,76	43,24	45,04
	Uso de tecnología nueva o reciente	36,52	49,55	40,88
	Presencia en sectores con baja o nula tecnología	98,75	84,16	94,16
Mercado	Mucha competencia	51,42	59,87	54,07
	Sin expansión	57,62	60,06	58,26
	No exporta	82,89	69,34	78,09

## 5.5. Factores psicológicos y sociales

A la hora de describir qué tipo de factores psicológicos y sociales pueden influir en el proceso emprendedor, las opiniones recogidas de los emprendedores se refieren a sus percepciones acerca de las oportunidades para emprender, temor al fracaso, sus propias habilidades y conocimientos para emprender y su visión como potenciales inversores (ver tabla 5.4). Los indicadores analizados indican que:

- En 2012, solo un 31,88% de los emprendedores encuestados perciben oportunidades para emprender, un porcentaje ligeramente superior al de 2011 (en torno al 30% tanto para emprendedores universitarios como no universitarios). Sin embargo, en la presente edición sí existe una diferencia significativa por nivel de estudios: el porcentaje de universitarios que perciben oportunidades en el entorno para la creación de empresas se reduce al 24,87%, frente a un 36,17% en el caso de no universitarios.
- Se reducen las diferencias en cuanto a temor al fracaso, que en 2011 eran de casi nueve puntos. Ambos grupos de emprendedores afirman tener miedo al fracaso en porcentajes alrededor del 34%, aunque se incrementaron los temores en el grupo de universitarios (34,86%, cuatro puntos más que el año anterior) frente al de no universitarios (33,47%, casi seis puntos menos que en 2011).
- La percepción que tienen los emprendedores sobre sus habilidades y conocimientos para emprender es muy alta, ya sean universitarios (86,29%) o no (88,54%).
- Un dato que evoluciona desfavorablemente es la disposición de los emprendedores a colocar su dinero en nuevos proyectos. Si en 2011 más del 10% de los emprendedores en caso de no universitarios y del 8% de los universitarios estaban dispuestos a invertir en nuevos proyectos, estos porcentajes se reducen en la presente edición al 6,76% y 3,01%, respectivamente.

Tabla 5.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% 2012)

Factores psicosociales para emprender		Nivel de estudios		Total
		No universitarios	Universitarios	
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	63,83	75,13	68,12
	Sí	36,17	24,87	31,88
Temor al fracaso	No	66,53	65,14	66,72
	Sí	33,47	34,86	33,28
Posesión de habilidades y conocimientos para emprender	No	11,46	13,71	12,90
	Sí	88,54	86,29	87,10
Inversión informal	No	93,24	96,99	94,55
	Sí	6,76	3,01	5,45

## 5.6. Síntesis del proceso emprendedor de los universitarios en Galicia

Tabla 5.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de las personas con estudios universitarios en Galicia 2012

Principales indicadores de la población emprendedora con estudios universitarios		
Dinámica emprendedora sobre población	Emprendedores potenciales	10,28%
	Iniciativas nacientes	3,37%
	Iniciativas nuevas	3,14%
	Actividad emprendedora incipiente total o TEA 2012	6,51%
	Iniciativas consolidadas	7,77%
	Cese efectivo de iniciativas	1,88%
Perfil socioeconómico	Edad	El 50,88% tiene entre 25 y 34 años
	Formación específica para emprender	El 51,26% afirma tener formación específica para emprender
	Nivel de renta anual	El 51,68% declara una renta superior a 30.000 euros
	Entorno urbano	El 93,78% opera en un entorno urbano, frente al 80,89% de no universitarios
	Origen	El 94,34% es español
	Situación laboral	El 93,5% está en situación de empleo activo, 9 puntos porcentuales por encima de los no universitarios
	Tamaño medio del hogar	El tamaño medio del hogar se sitúa en los 2,86 miembros, frente a los 3,85 miembros de media en los hogares de los no universitarios
Características de las iniciativas emprendedoras	Sector general de actividad	El 46,11% se dedica al sector de los servicios a empresas, frente al 6,99% que representa dicho sector entre los no universitarios
	Número de propietarios	Prevalecen los empresarios individuales (52,25%)
	Dimensión	Las iniciativas sin empleados representan un 40,87%, frente al 59,01% que representan entre los no universitarios
	Potencial de crecimiento de empleo	El 86,78% esperan incrementar su plantilla, 22 puntos porcentuales por encima de los no universitarios
	Carácter innovador	El 49,55% utiliza tecnología nueva o reciente
	Nivel de competencia esperado	El 59,87% espera un nivel de competencia elevado
	Previsión de expansión en el mercado	Un 60,06% no espera expansión del mercado
	Internacionalización	El 69,34% no exporta, frente al 82,89% de no universitarios
Factores psicosociales para emprender	El 24,87% afirma percibir oportunidades del entorno, frente al 36,17% de los no universitarios	
Inversión informal	El 3,01% de los emprendedores universitarios actúan como inversores informales	



## 6.1. Introducción

Ningún proceso emprendedor es posible sin la existencia de un entorno adecuado que lo convierta en una actividad factible y sostenible en el tiempo. Así pues, las características del entorno en cuestiones de índole jurídica, financiera o social, entre otras, condicionan el emprendimiento y, en particular, la probabilidad de que un nuevo negocio tenga éxito. En consecuencia, su estudio resulta especialmente relevante e imprescindible para proporcionar un diagnóstico completo de la situación del emprendimiento.

A partir de la información proporcionada por las encuestas realizadas a la población adulta y por las opiniones manifestadas por expertos en emprendimiento, en este capítulo se realiza un análisis del entorno para emprender en Galicia. De esta forma, en una primera parte se presentan las oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender que identifican ambos colectivos. Posteriormente, se exponen los principales elementos que obstaculizan y favorecen el entorno emprendedor a juicio de los expertos, así como sus recomendaciones en este ámbito.

## 6.2. Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender

Este epígrafe estudia la existencia de oportunidades en el entorno que pueden motivar el inicio de una actividad empresarial, la motivación y el entorno social que pueden incidir en el emprendedor, así como la disponibilidad de las habilidades y los conocimientos necesarios para crear y dirigir un negocio entre la población de Galicia. Finalmente, se presenta una síntesis de algunos de los factores psicológicos y sociales que influyen en el emprendedor, diferenciando las fases del proceso emprendedor y comparándolos con los obtenidos para España y los países de la Unión Europea que participan en la edición GEM 2012.

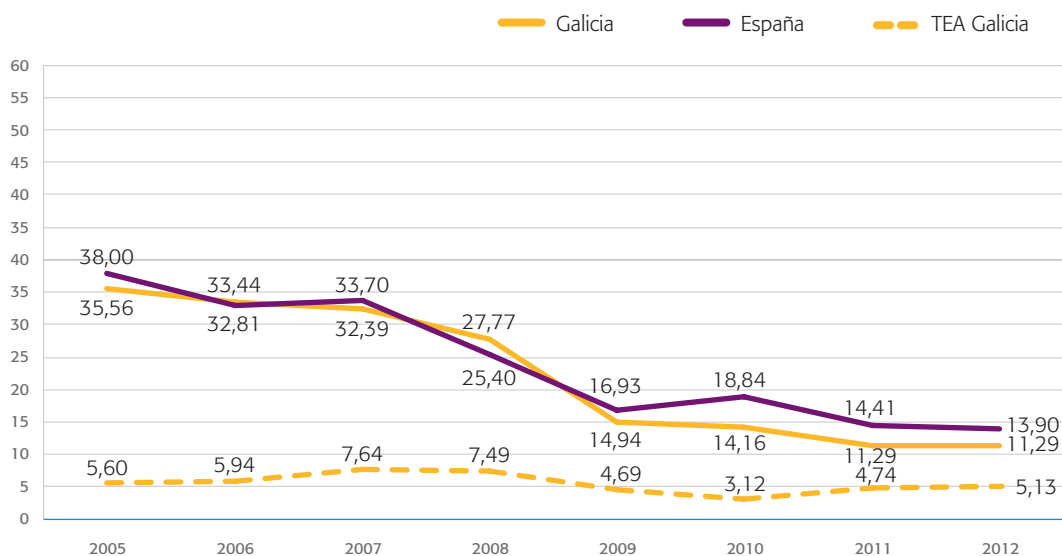
### 6.2.1. Percepción de buenas oportunidades

La identificación de la capacidad emprendedora que existe en un determinado entorno parte de la percepción de oportunidades de negocio en el mercado, manifestadas tanto por su población adulta como por expertos en emprendimiento, que pueden motivar la creación de una nueva empresa.

El porcentaje de personas que perciben oportunidades para emprender en Galicia se mantiene con respecto al informe anterior en un valor del 11,29%, frenando así la tendencia negativa protagonizada en los años previos. No obstante, a nivel nacional, continúa existiendo una evolución a la baja en la identificación de oportunidades para crear una nueva empresa, alcanzando esta variable un valor del 13,9% frente al 14,41% en 2011.

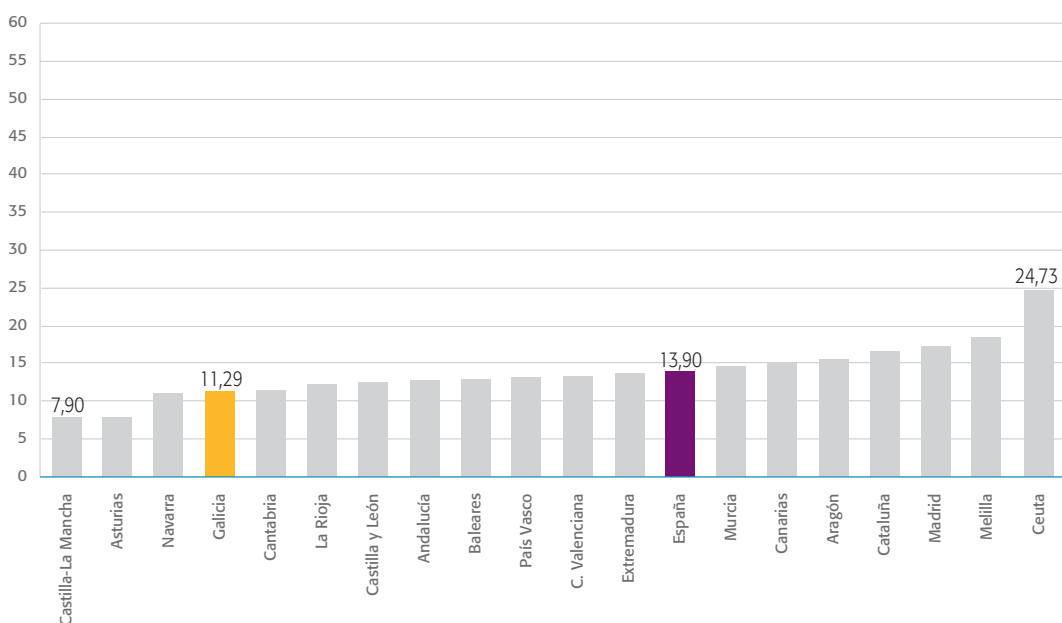
Al comparar el dato de Galicia con el índice de actividad emprendedora (TEA), se encuentra que, al igual que en 2011, estas variables no tienen una evolución pareja, dado que el TEA continúa su tendencia positiva pasando del 4,74 en 2011 al 5,13 en 2012.

Figura 6.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2012)



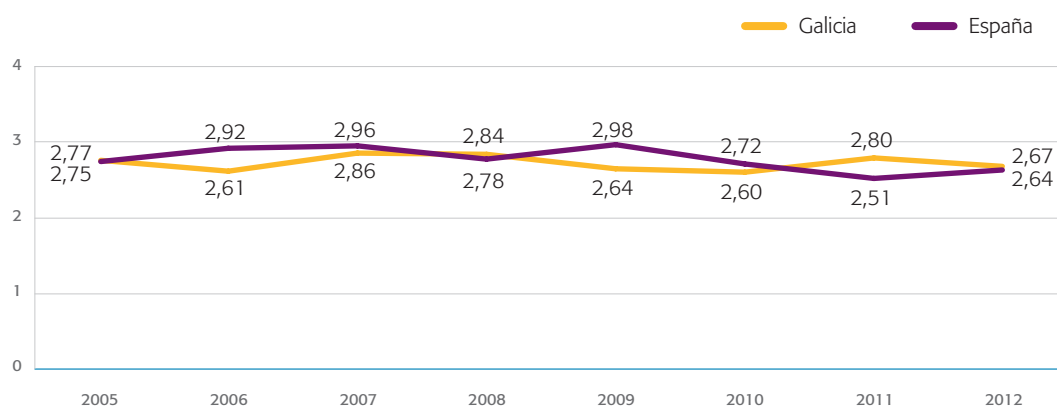
En el contexto nacional, y como en el informe precedente, Galicia ocupa una de las últimas posiciones en la identificación de oportunidades de mercado, situándose así por debajo de la media española.

Figura 6.2. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2012)



A diferencia de lo expresado por la población, las opiniones de los expertos sobre la existencia de oportunidades para emprender en Galicia experimentan un retroceso respecto al informe anterior, pasando de una valoración media de 2,8 en 2011 a 2,67 en 2012. Sin embargo, el entorno gallego sigue siendo, a juicio de los expertos, un contexto más favorable para el emprendimiento que el nacional, dado que la percepción de oportunidades en España solo alcanza una valoración de 2,64.

Figura 6.3. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2012)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

Los resultados anteriores se confirman en la siguiente tabla, que muestra la valoración media que otorgan los expertos a diversos aspectos vinculados con las oportunidades para emprender. De esta forma, se comprueba que en todos ellos existe un empeoramiento en la comunidad gallega respecto a los datos de 2011, salvo en lo relativo a la existencia de muchas y buenas oportunidades para emprender, que experimenta una evolución positiva (de 2,79 en 2011 a 3,03 en 2012). Por el contrario, España experimenta una mejora en la mayoría de los factores analizados, si bien Galicia sigue teniendo en 2012 una posición más favorable en todos los ítems, a excepción del relativo al aumento considerable de oportunidades de negocio en los últimos cinco años, donde presenta un valor ligeramente inferior (2,68 para España y 2,65 para Galicia). Asimismo, ambas presentan la misma valoración media en relación con la existencia de oportunidades para crear negocios de rápido crecimiento.

Tabla 6.1. Percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2011-2012)

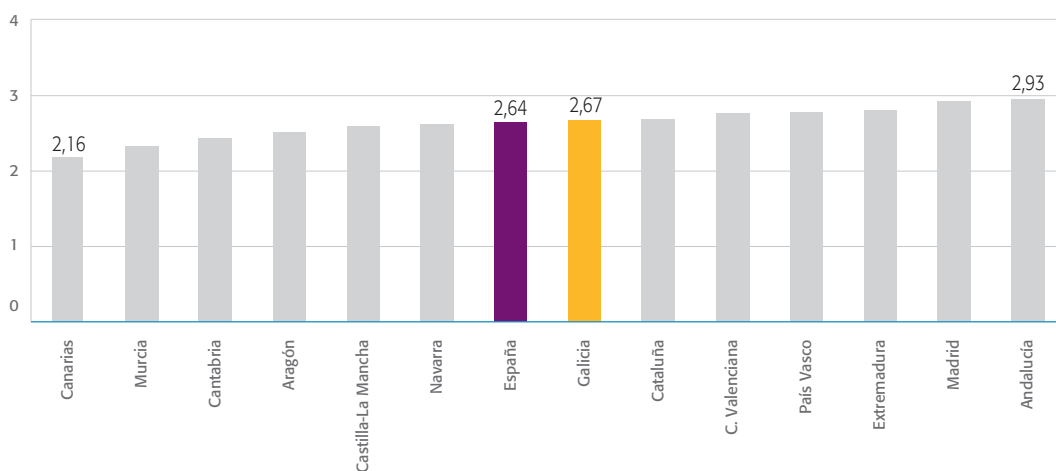
Percepción de oportunidades para emprender (expertos)	2011		2012	
	España	Galicia	España	Galicia
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,80	2,79	2,96	3,03
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,83	3,15	2,85	3,05
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años	2,69	2,95	2,68	2,65
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	1,94	2,24	2,11	2,16
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,38	2,78	2,46	2,46

Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

Evolución: ■ Valor que aumenta respecto a 2011; ■ Valor que disminuye respecto a 2011

Con respecto a las comunidades autónomas de España, la valoración de los expertos de Galicia ocupa una posición intermedia (2,67), si bien es superior a la media nacional (2,64) y está lejos de la segunda posición que representaba en el informe anterior.

Figura 6.4. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (expertos, 2012)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

## 6.2.2. Motivación y entorno social

La opinión de la población de Galicia sobre diferentes factores psicológicos y sociales que pueden influir en la actividad emprendedora es analizada a lo largo de este epígrafe. Solo dos de ellos experimentan una evolución favorable, confirmando así la tendencia positiva detectada para los mismos en el informe anterior. En particular, y al igual que en el contexto español, la igualdad en los niveles de vida (70,92) y una adecuada cobertura en los medios de comunicación sobre la actividad emprendedora (46,47) presentan porcentajes más elevados que en 2011 (70,58 y 43,3 respectivamente). Además, a pesar del empeoramiento en los valores obtenidos para el resto de factores (esto es, el miedo al fracaso en el emprendimiento y la valoración de este como una buena salida profesional, que incluso puede otorgar un adecuado estatus social), estos siguen siendo superiores a los registrados para España en 2012.

Los porcentajes de población de Galicia respecto a los factores psicológicos y sociales analizados en el informe son expuestos en la tabla 6.2.



Tabla 6.2. Factores psicológicos y sociales para emprender (% población, 2011-2012)

Factores psicosociales para emprender (población)	2011		2012	
	España	Galicia	España	Galicia
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	51,78	54,33	51,59	53,38
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	65,15	65,40	63,64	63,80
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	71,60	70,58	71,89	70,92
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	66,49	70,56	63,71	65,42
Los medios de comunicación ofrecen una buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	44,58	43,30	47,26	46,47

Evolución:  Valor que aumenta respecto a 2011;  Valor que disminuye respecto a 2011

En términos generales, las opiniones de los expertos sobre la incidencia en el emprendimiento de Galicia de los factores psicológicos y sociales se mantienen con respecto al año anterior. No obstante, se identifican ligeros incrementos en las valoraciones otorgadas a aspectos como el reconocimiento y prestigio social del emprendedor, su repercusión mediática y su consideración como un individuo competente e ingenioso por parte de la sociedad. Por el contrario, existe un decremento en la valoración del emprendimiento como un instrumento para enriquecerse y como una opción laboral deseable.

En conjunto, todos los factores analizados para Galicia por parte de los expertos presentan valoraciones superiores a las registradas para España.

Tabla 6.3. Factores psicológicos y sociales para emprender (expertos, 2011-2012)

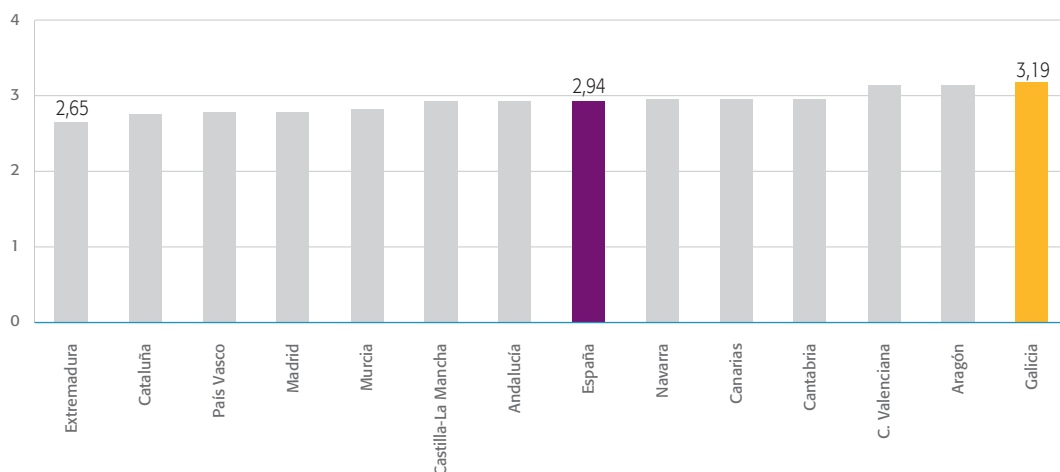
Factores psicosociales para emprender (expertos)	2011		2012	
	España	Galicia	España	Galicia
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,58	2,90	2,71	2,84
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,42	2,66	2,50	2,56
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,56	3,60	3,37	3,78
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	2,97	3,43	3,11	3,46
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	2,78	2,90	2,90	3,14

Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

Evolución:  Valor que aumenta respecto a 2011;  Valor que disminuye respecto a 2011

Asimismo, a nivel nacional, las valoraciones dadas por los expertos de Galicia al conjunto de factores psicológicos y sociales analizados son superiores a todas las registradas en el resto de comunidades autónomas. En particular, la comunidad gallega ocupa la primera posición con un valor de 3,19, mejorando así la cuarta posición obtenida en 2011 (3,1) y situándose por encima de la media nacional (2,94).

Figura 6.5. Factores psicológicos y sociales para emprender en el contexto de España (expertos, 2012)

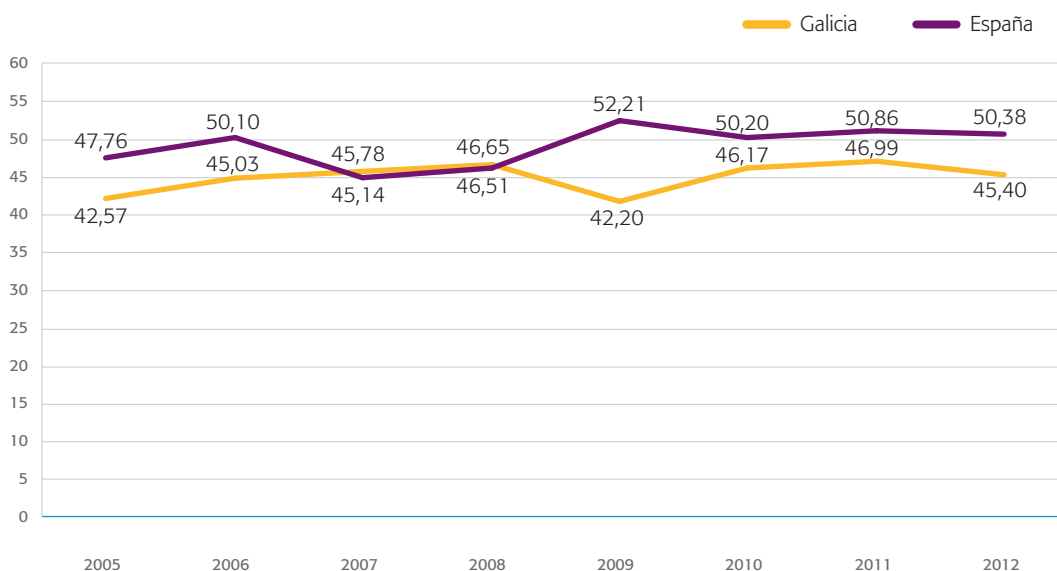


Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

### 6.2.3. Habilidades y conocimientos

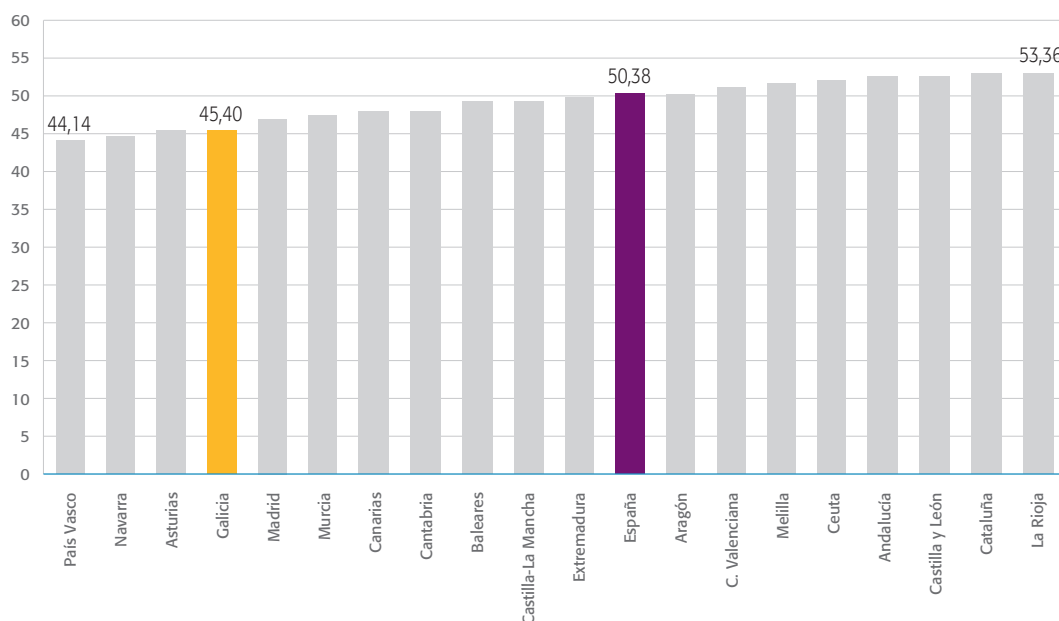
La existencia de habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar una actividad emprendedora solo es confirmada por el 45,4% de la población de Galicia, lo cual supone un porcentaje inferior a la media nacional, que alcanza el 50,38%. En relación con el 2011, se produce un empeoramiento de este indicador tanto en Galicia como en España.

Figura 6.6. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2005-2012)



Al comparar este dato en el contexto nacional, Galicia continúa situándose en las últimas posiciones, lo cual está en consonancia con la evolución desfavorable en la tenencia de habilidades y conocimientos para iniciar un negocio.

Figura 6.7. Población que afirma tener habilidades y conocimientos para emprender en el contexto de España (% población, 2012)



En conjunto, las valoraciones otorgadas por los expertos de Galicia muestran una mejora respecto al informe anterior. De este forma, se han incrementado las valoraciones medias para la capacidad de creación y dirección de una empresa con alto potencial de crecimiento, la dirección de una pequeña empresa y la disponibilidad de experiencia en la creación de nuevos negocios. No obstante, han descendido ligeramente las puntuaciones vinculadas a la capacidad, por una parte, de reaccionar ante nuevas oportunidades en el mercado y, por otra, de organizar los recursos para emprender. Ahora bien, la situación de Galicia es muy próxima a la de España, e incluso superior en algunos de los aspectos consultados a los expertos.

Tabla 6.4. Habilidades y conocimientos de la población para emprender (expertos, 2011-2012)

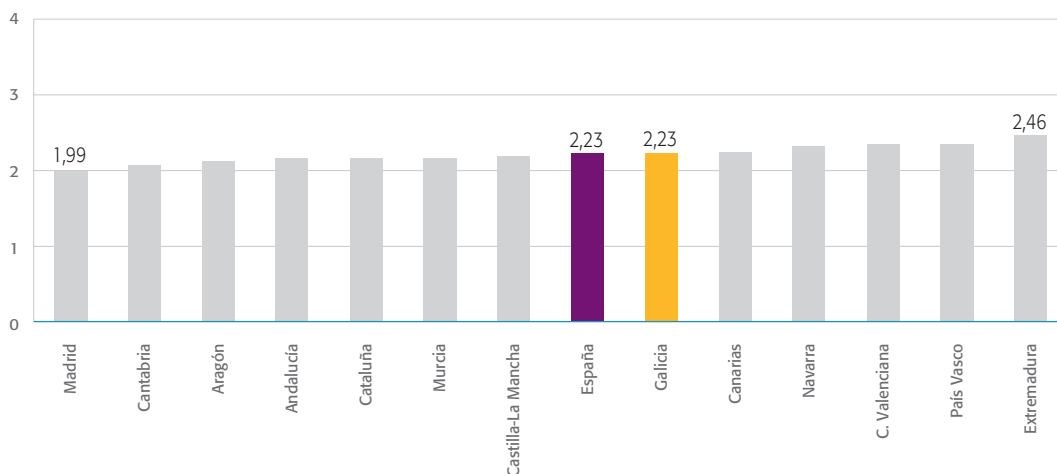
Habilidades y conocimientos para emprender	2011		2012	
	España	Galicia	España	Galicia
Mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento	1,69	1,80	1,90	1,94
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,44	2,55	2,49	2,57
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	1,92	2,00	2,08	2,03
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,17	2,32	2,28	2,25
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,37	2,49	2,35	2,28

Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

Evolución: ■ Valor que aumenta respecto a 2011; ■ Valor que disminuye respecto a 2011

En el contexto español, la opinión de los expertos sobre la presencia de habilidades y conocimientos para emprender en la comunidad gallega se sitúa en el mismo nivel que la media nacional (2,23), a diferencia del año anterior que ocupaba una posición relativa superior. De esta forma, Galicia registra el sexto lugar, por detrás de Extremadura, País Vasco, Comunidad Valenciana, Navarra y Canarias.

Figura 6.8. Habilidades y conocimientos de la población para emprender en el contexto de España (expertos, 2012)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

#### 6.2.4. Determinantes del emprendimiento y relación con nuestro entorno

Este epígrafe sintetiza los resultados ya presentados y, al mismo tiempo, los compara con aquellos disponibles para España, teniendo en cuenta las fases que caracterizan el proceso emprendedor.

Al igual que en el informe precedente, el miedo al fracaso es mayor entre la población general que entre los emprendedores. Además, este temor es superior en las últimas fases del emprendimiento, es decir, de consolidación (53,56) y cierre (47,21). También destaca que, a diferencia del 2011, las nuevas iniciativas empresariales (46,01) presentan un porcentaje próximo al de aquellos que abandonan la actividad.

La identificación de oportunidades en el mercado es claramente superior entre los emprendedores respecto a la población general, a excepción de aquellos negocios que se clausuran. De hecho, como se detectó en el año anterior, son los emprendedores que están iniciando la puesta en marcha de su negocio quienes perciben más oportunidades.

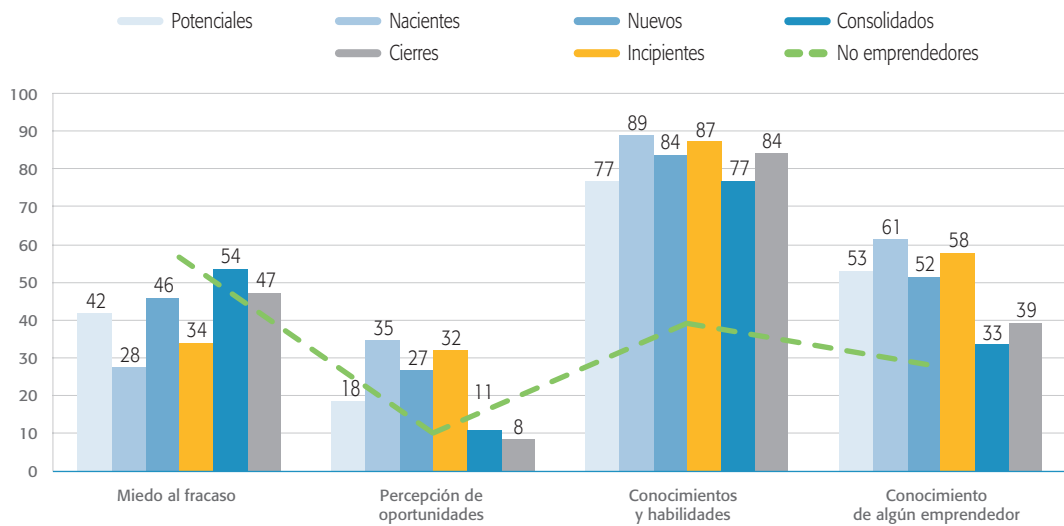
En general, un mayor porcentaje de emprendedores dispone de conocimientos y habilidades para crear una empresa frente a la población general. Así, en todas las fases del proceso emprendedor existen porcentajes superiores al 75%.

Finalmente, existe un porcentaje importante de emprendedores, especialmente los nacientes, que conocen a otro emprendedor, lo cual repercute positivamente en el capital social asociado a la creación de una empresa. De hecho, estos valores son claramente superiores a los identificados para la población general.

Tabla 6.5. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2012)

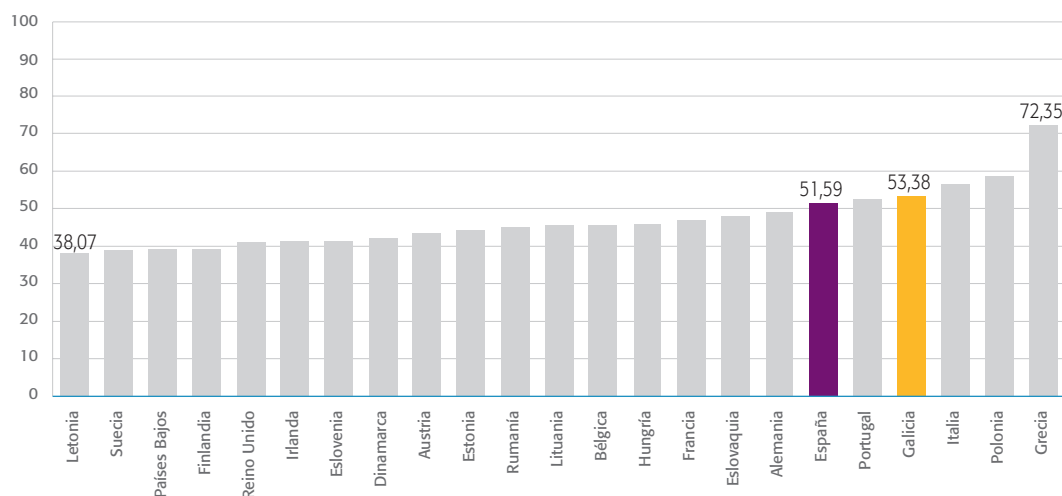
Factores psicosociales	Fase del proceso emprendedor						No emprendedores
	Potencial	Naciente	Nueva	Incipiente	Consolidada	Cierre	
Miedo al fracaso	41,83	27,52	46,01	34,00	53,56	47,21	56,75
Percepción de oportunidades	18,42	34,61	26,72	31,88	10,85	8,39	10,08
Conocimientos y habilidades	76,80	88,94	83,79	87,10	76,83	83,99	39,08
Conocimiento de algún emprendedor	53,14	61,45	51,54	57,95	33,41	39,33	27,73

Figura 6.9. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2012)



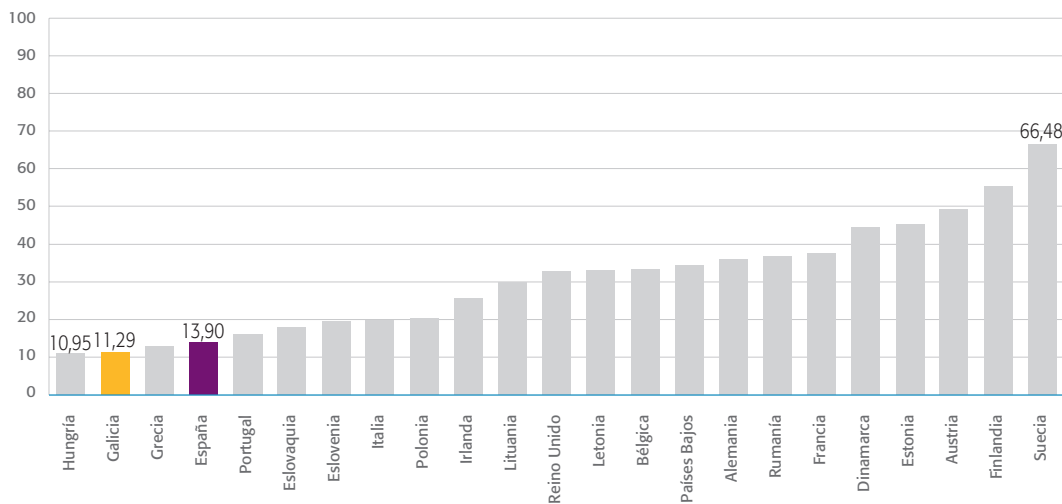
Un análisis comparativo con los países comunitarios que participan en la edición GEM 2012 muestra cómo la aversión al riesgo de la población en Galicia y España presenta tasas por encima de la media europea y relativamente elevadas, tanto en Galicia (53,38) como en España (51,59).

Figura 6.10. Miedo al fracaso como obstáculo para aprender (% población, 2012)



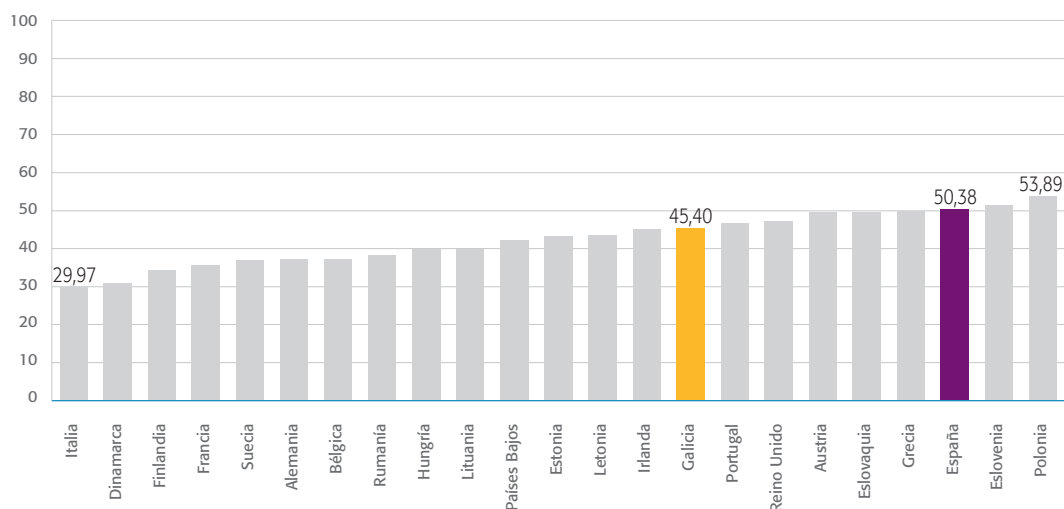
Asimismo, Galicia ocupa una de las últimas posiciones en la percepción de oportunidades en el entorno para emprender (11,29), con un valor inferior a la media española (13,9).

Figura 6.11. Percepción de oportunidades en el entorno (% población, 2012)



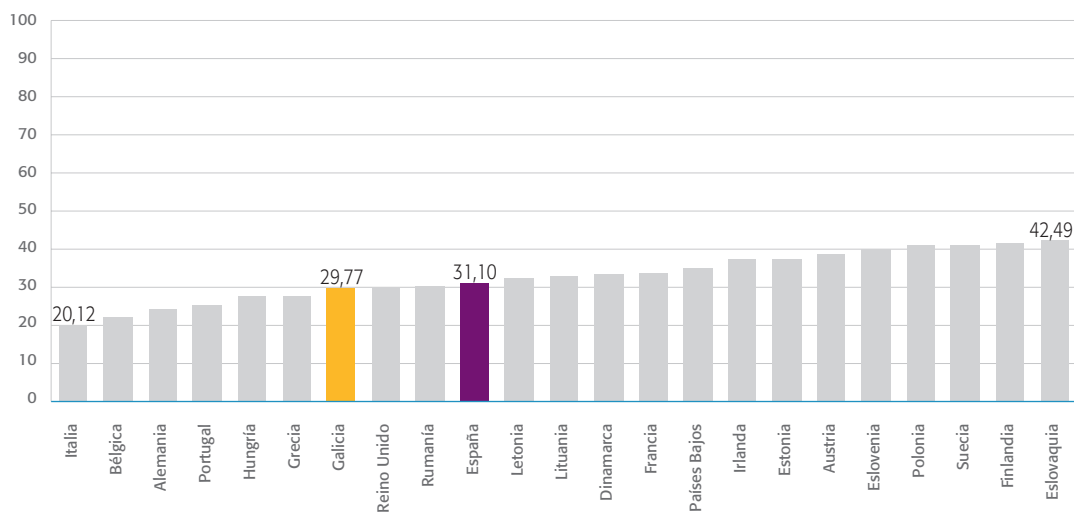
La disponibilidad de habilidades y conocimientos para emprender es confirmada por el 45,4% de la población de Galicia entrevistada, situando la comunidad lejos de la media nacional (50,38%), si bien con valores superiores a la media de Europa.

Figura 6.12. Habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2012)



Además, tanto Galicia (29,77) como España (31,1) presentan un porcentaje inferior a la media europea respecto a la población que manifiesta conocer a algún emprendedor.

Figura 6.13. Conocimiento de algún emprendedor (% población, 2012)



## 6.3. Evaluación de los expertos respecto a las condiciones del entorno para emprender

En este capítulo se presentan las opiniones manifestadas por los expertos en relación con los principales obstáculos y estímulos para la actividad emprendedora, así como sus recomendaciones para impulsarla.

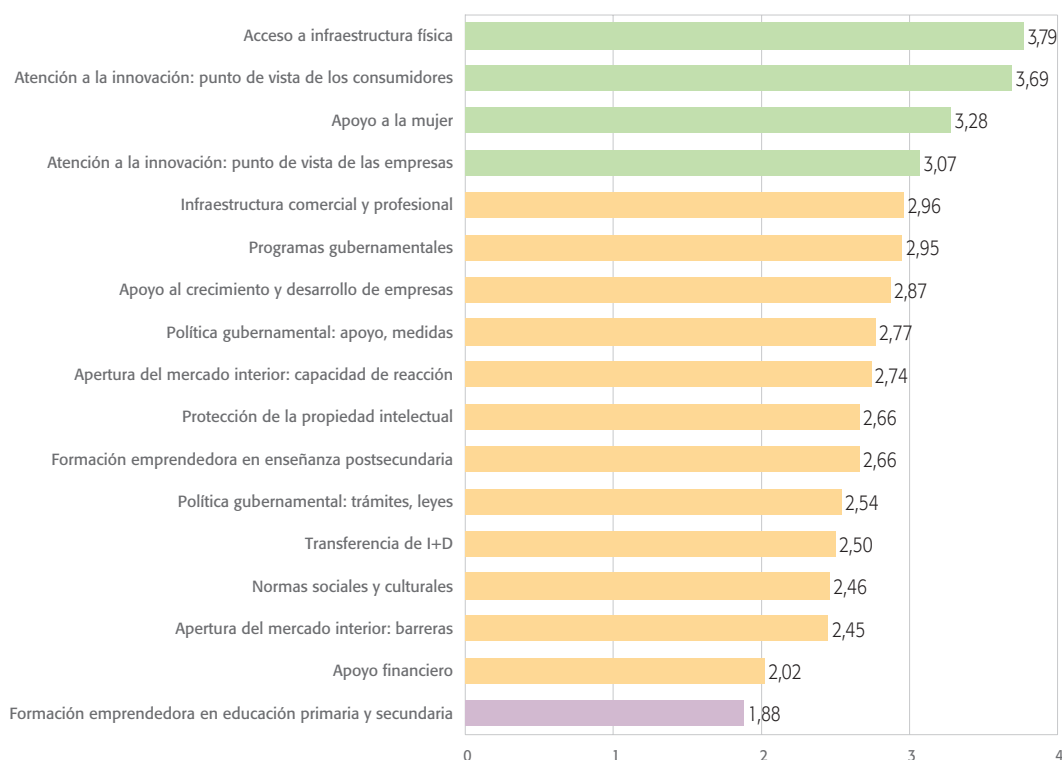
### 6.3.1. Análisis general del entorno para emprender

La valoración de los expertos consultados respecto al entorno en el que se desarrolla el emprendimiento es bastante positiva y, de hecho, mejora sensiblemente respecto al año anterior. En concreto, once de los diecisiete factores estudiados han mejorado su puntuación media y, con respecto a los otros seis, se ha producido un leve decremento.

En relación con los factores mejor valorados, destacan el acceso a la infraestructura física (este protagoniza un incremento en su puntuación, que pasa de 3,60 en 2011 a 3,79 en 2012), la atención a la innovación desde el punto de vista de los consumidores y el apoyo a la mujer. Asimismo, destaca la evolución positiva del ítem referido a las políticas gubernamentales y, en concreto, los apoyos y las medidas públicas, ya que ha experimentado el mayor incremento de todas las variables consideradas, esto es, de 2,55 en el informe anterior a 2,77 en el actual.

Contrariamente, los factores del entorno peor valorados por los expertos son el nivel de educación emprendedora en la educación primaria y secundaria, el apoyo financiero (su valoración experimenta la mayor caída, pues disminuye de 2,22 en 2011 a 2,02 en 2012) y la presencia de barreras en el mercado interior. Asimismo, debe destacarse el decremento experimentado por la influencia de las normas sociales y culturales en la creación de nuevas empresas, dado que representaban una puntuación media de 2,65 en la edición precedente y ahora registran un 2,46.

Figura 6.14. Valoración media del estado de las condiciones de entorno para emprender en Galicia (expertos, 2012)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

Valoración: > 3; 2 - 3; < 2



Tabla 6.6. Valoración media de las condiciones de entorno en relación con 2011 (expertos, 2012)

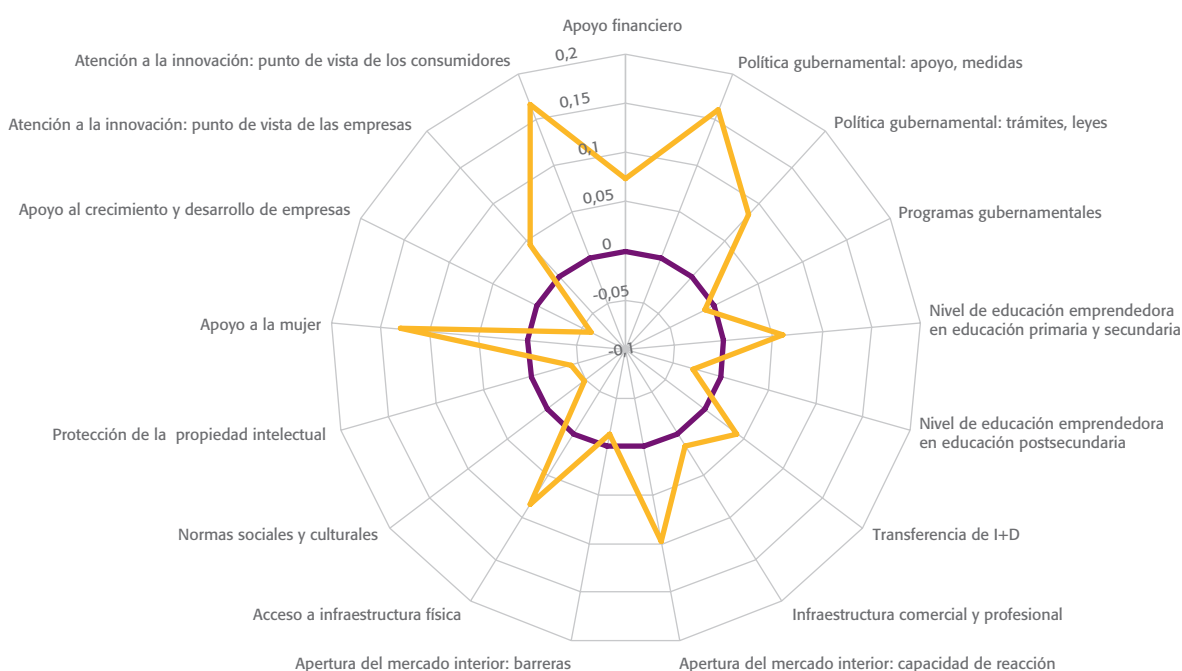
Valoración condiciones de entorno	2011	2012
Acceso a infraestructura física	3,60	3,79
Atención a la innovación: punto de vista de los consumidores	3,66	3,69
Apoyo a la mujer	3,24	3,28
Atención a la innovación: punto de vista de las empresas	3,15	3,07
Infraestructura comercial y profesional	2,95	2,96
Programas gubernamentales	2,94	2,95
Apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas	3,02	2,87
Política gubernamental: apoyo, medidas	2,55	2,77
Apertura del mercado interior: capacidad de reacción	2,78	2,74
Nivel de formación emprendedora en enseñanza postsecundaria	2,60	2,66
Protección de la propiedad intelectual	2,63	2,66
Política gubernamental: trámites, leyes	2,46	2,54
Transferencia de I+D	2,61	2,50
Normas sociales y culturales	2,65	2,46
Apertura del mercado interior: barreras	2,39	2,45
Apoyo financiero	2,22	2,02
Nivel de formación emprendedora en educación primaria y secundaria	1,81	1,88

Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

Evolución: ■ Valor que aumenta respecto a 2011; ■ Valor que disminuye respecto a 2011

Al considerar el contexto español, podemos constatar que, globalmente, los expertos otorgan una valoración media del entorno gallego superior a la nacional. En particular, los tres ítems más importantes en Galicia se mantienen para España, si bien presentan puntuaciones claramente inferiores. Ahora bien, ambas coinciden en que la educación es la condición del entorno menos favorable al emprendimiento.

Figura 6.15. Posición relativa de Galicia respecto a España en cuanto al estado promedio de las principales condiciones de entorno (expertos, 2012)

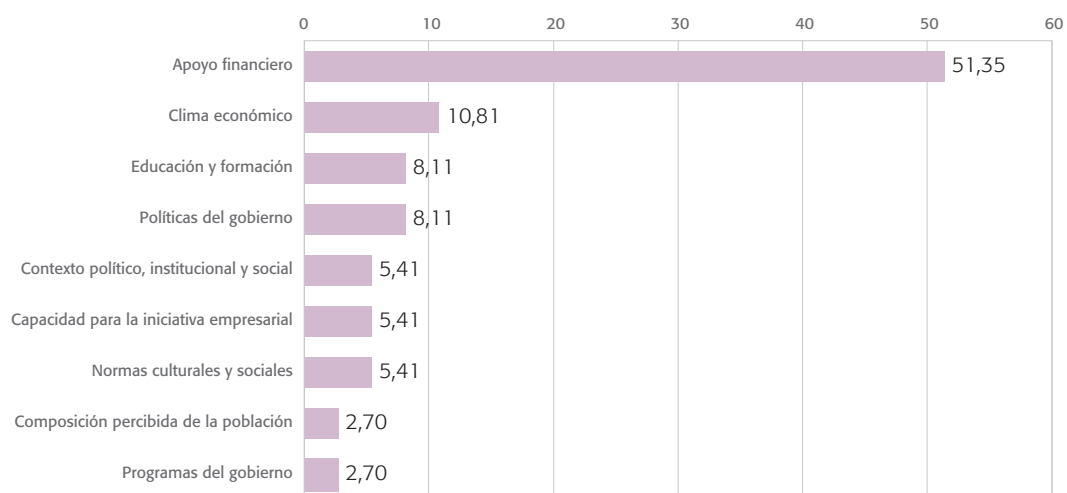


### 6.3.2. Obstáculos

La actividad emprendedora en Galicia se encuentra con un conjunto de obstáculos que, en opinión de los expertos, no difieren sustancialmente de aquellos identificados en informes anteriores.

De este modo, el 51,35% de los expertos considera que el apoyo financiero es la principal barrera al emprendimiento en Galicia, manteniendo así este factor su posición relativa obtenida en 2011. A continuación, y a una enorme distancia con respecto a la carencia de apoyo financiero, se sitúan el clima económico actual, la educación y la formación, así como las políticas gubernamentales. Por su parte, los programas del gobierno vinculados al emprendimiento, así como la composición percibida de la población constituyen los dos obstáculos menos relevantes, dado que solo son destacados por el 2,7% de los expertos.

Figura 6.16. Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2012)



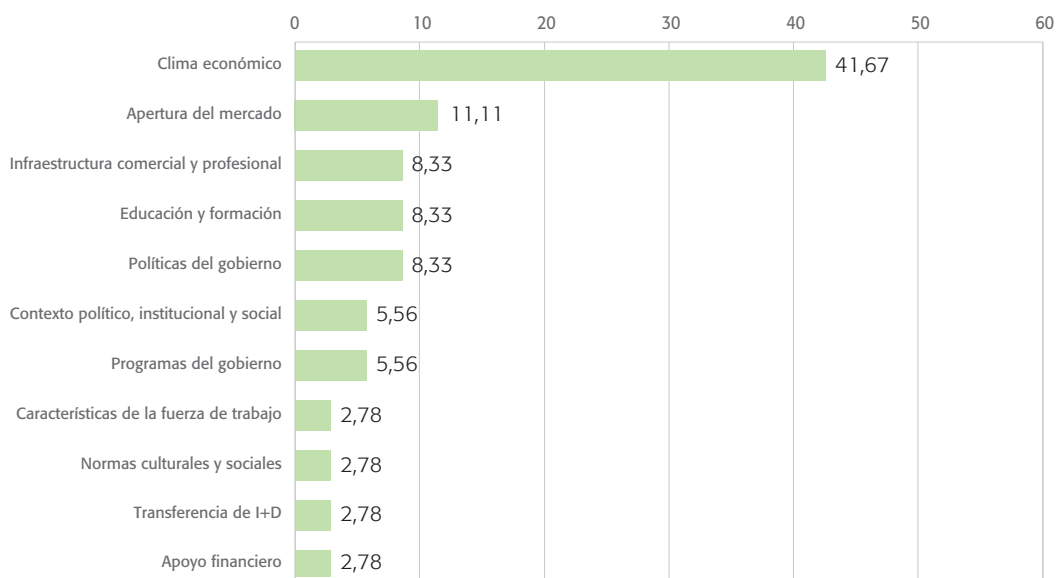
### 6.3.3. Factores determinantes de estímulo

Los expertos han identificado y valorado un conjunto de factores que, a su juicio, pueden promover y mejorar la creación de nuevas empresas en Galicia.

De este modo, y a diferencia del informe anterior, el contexto económico actual es considerado el principal estímulo al emprendimiento por el 41,67% de los expertos. Posteriormente, destacan la apertura del mercado y la infraestructura comercial y profesional, que ha mejorado sustancialmente su posición relativa, ya que era el factor menos valorado en 2011, la educación y la formación, así como las políticas del gobierno.

Por su parte, el apoyo financiero solo es identificado por el 2,78% de los expertos cuando, sin embargo, la existencia de instrumentos de financiación públicos y privados para la constitución de nuevas empresas era el segundo determinante más importante en el informe anterior.

Figura 6.17. Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2012)

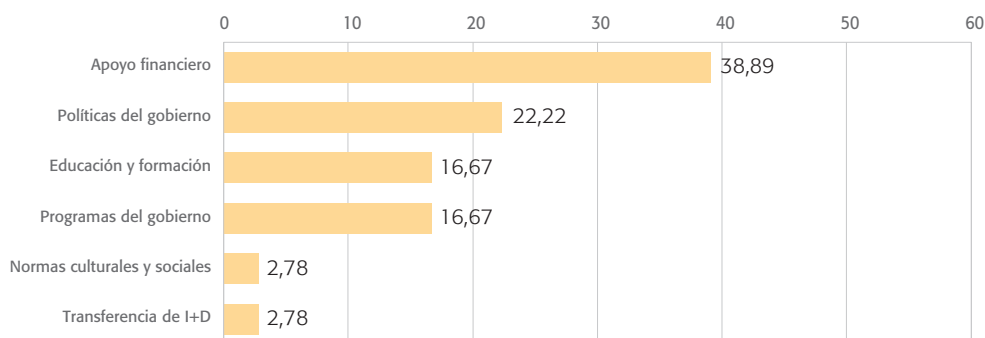


### 6.3.4. Recomendaciones de los expertos

El emprendimiento en Galicia puede ser mejorado a través de las diferentes medidas que los expertos recomiendan, focalizándose sobre todo en corregir las deficiencias y explotar los puntos fuertes detectados en apartados anteriores.

En consecuencia, y al igual que en 2011, la disponibilidad de recursos financieros para el emprendedor sigue siendo la principal recomendación manifestada por el 38,89% de los expertos. Asimismo, la mejora de las políticas gubernamentales y la educación y formación en el área del emprendimiento mantienen sus posiciones relativas. Por su parte, las normas culturales y sociales, así como la transferencia de I+D solo son destacadas por el 2,78% de los expertos consultados.

Figura 6.18. Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2012)





## Índice de tablas

### Introducción

Tabla 0.1.	Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia .....	16
Tabla 0.2.	Distribución de las entrevistas a población por sexo y provincia.....	16

### Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Tabla 1.1.	Actividad emprendedora incipiente total o TEA (2011-2012) .....	30
Tabla 1.2.	Iniciativas consolidadas (2011-2012) .....	34
Tabla 1.3.	Emprendedores potenciales (2011-2012) .....	37

### Capítulo 2. Perfil socioeconómico del emprendedor

Tabla 2.1.	Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012).....	43
Tabla 2.2.	Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012) .....	44
Tabla 2.3.	Distribución de los emprendedores en tramos de edad según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012).....	44
Tabla 2.4.	Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012) .....	45
Tabla 2.5.	Formación específica para emprender por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012) .....	45
Tabla 2.6.	Distribución de los emprendedores en función de la renta según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012).....	46
Tabla 2.7.	Implantación en entorno rural o urbano del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012).....	46
Tabla 2.8.	Situación laboral del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012) .....	47
Tabla 2.9.	Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012) .....	47
Tabla 2.10.	Origen del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012) .....	48
Tabla 2.11.	Tamaño medio del hogar del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2011-2012).....	48
Tabla 2.12.	Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia 2012 .....	50

### Capítulo 3. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

Tabla 3.1.	Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2012).....	54
Tabla 3.2.	Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (2011-2012) .....	55
Tabla 3.3.	Síntesis de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia 2012 ...	63

#### Capítulo 4. El proceso emprendedor en función del sexo

Tabla 4.1.	Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (% , 2012).....	66
Tabla 4.2.	Perfil socioeconómico de la población emprendedora en fase incipiente en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2012).....	67
Tabla 4.3.	Características de la actividad emprendedora en fase incipiente en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2012).....	69
Tabla 4.4.	Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en fase incipiente en función del sexo (% , 2012).....	70
Tabla 4.5.	Síntesis del perfil socioeconómico y de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor de la mujer en Galicia 2012 .....	71

#### Capítulo 5. Educación superior y emprendimiento

Tabla 5.1.	Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del nivel de estudios (% , 2012).....	73
Tabla 5.2.	Perfil socioeconómico de la población emprendedora en fase incipiente en función del nivel de estudios (% , 2012).....	74
Tabla 5.3.	Características de la actividad emprendedora en fase incipiente en función del nivel de estudios (% , 2012).....	75
Tabla 5.4.	Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2012).....	76
Tabla 5.5.	Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de las personas con estudios universitarios en Galicia 2012 .....	77

#### Capítulo 6. La influencia del entorno para emprender

Tabla 6.1.	Percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2011-2012).....	81
Tabla 6.2.	Factores psicológicos y sociales para emprender (% población, 2011-2012) .....	83
Tabla 6.3.	Factores psicológicos y sociales para emprender (expertos, 2011-2012) .....	83
Tabla 6.4.	Habilidades y conocimientos de la población para emprender (expertos, 2011-2012).....	85
Tabla 6.5.	Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2012) .....	87
Tabla 6.6.	Valoración media de las condiciones de entorno en relación con 2011 (expertos, 2012) .....	91

# Índice de figuras

## Introducción

Figura 0.1.	Contexto institucional y relación con el emprendimiento .....	14
Figura 0.2.	El proceso emprendedor y los términos operativos GEM.....	15

## Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Figura 1.1.	Tipología de las iniciativas emprendedoras según la metodología GEM.....	29
Figura 1.2.	Evolución del índice TEA (% , 2005-2012) .....	30
Figura 1.3.	Evolución de los ratios: iniciativas nacientes (t)/potencial (t-1) y nuevas (t)/nacientes (t-1), donde t=año (2006-2012).....	31
Figura 1.4.	Evolución de las iniciativas en todas las fases del proceso emprendedor (% , 2005-2012).....	32
Figura 1.5.	Índice TEA en el contexto de España (% , 2012) .....	32
Figura 1.6.	Motivación para emprender (% , 2012) .....	33
Figura 1.7.	Evolución de la motivación para emprender (% , 2005-2012).....	33
Figura 1.8.	Evolución de las iniciativas consolidadas (% , 2005-2012) .....	34
Figura 1.9.	Empresas consolidadas en el contexto de España (% , 2012).....	35
Figura 1.10.	Tasa de iniciativas nacientes/consolidadas (2005-2012).....	35
Figura 1.11.	Evolución del abandono de iniciativas (% , 2005-2012) .....	35
Figura 1.12.	Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales o autoempleo (% , 2012).....	36
Figura 1.13.	Ratio de regeneración empresarial (2005-2012) .....	36
Figura 1.14.	Evolución de los emprendedores potenciales (% , 2005-2012) .....	37
Figura 1.15.	Emprendedores potenciales en el contexto de España (% , 2012).....	38
Figura 1.16.	TEA de los países participantes en la edición GEM 2012 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2012) .....	39
Figura 1.17.	Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países participantes en la edición GEM 2012 .....	40
Figura 1.18.	Síntesis del índice de actividad emprendedora Galicia 2012 .....	41

## Capítulo 2. Perfil socioeconómico del emprendedor

Figura 2.1.	Evolución del TEA y la inversión informal (% , 2005-2012).....	49
Figura 2.2.	El inversor informal en el contexto de España (% , 2012) .....	49
Figura 2.3.	Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2012) .....	51

### Capítulo 3. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

Figura 3.1.	Sector general de actividad de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012).....	54
Figura 3.2.	Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012).....	55
Figura 3.3.	Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012).....	56
Figura 3.4.	Previsión de la evolución en cuanto a empleo para los próximos 5 años en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012) .....	56
Figura 3.5.	Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012).....	57
Figura 3.6.	Evolución de las iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012) .....	57
Figura 3.7.	Nivel tecnológico del sector de actividad según la fase del proceso emprendedor (% , 2012).....	58
Figura 3.8.	Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012)...	58
Figura 3.9.	Evolución de las iniciativas emprendedoras con uso de tecnologías nuevas o recientes (menos de 5 años) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012) .....	59
Figura 3.10.	Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012) .....	59
Figura 3.11.	Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado (alguna o mucha) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012) .....	60
Figura 3.12.	Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012).....	60
Figura 3.13.	Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012) .....	61
Figura 3.14.	Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2012) .....	61
Figura 3.15.	Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2012).....	62

### Capítulo 4. El proceso emprendedor en función del sexo

Figura 4.1.	Evolución del TEA en función del sexo (% , 2005-2012) .....	65
Figura 4.2.	TEA en función del sexo en el contexto de España (% , 2012) .....	66



## Capítulo 6. La influencia del entorno para emprender

Figura 6.1.	Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2012).....	80
Figura 6.2.	Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2012).....	80
Figura 6.3.	Evolución de la percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2012).....	81
Figura 6.4.	Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (expertos, 2012) .....	82
Figura 6.5.	Factores psicológicos y sociales para emprender en el contexto de España (expertos, 2012) .....	84
Figura 6.6.	Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2005-2012).....	84
Figura 6.7.	Población que afirma tener habilidades y conocimientos para emprender en el contexto de España (% población, 2012) .....	85
Figura 6.8.	Habilidades y conocimientos de la población para emprender en el contexto de España (expertos, 2012)...	86
Figura 6.9.	Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2012)..	87
Figura 6.10.	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender (% población, 2012).....	88
Figura 6.11.	Percepción de oportunidades en el entorno (% población, 2012).....	88
Figura 6.12.	Habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2012) .....	89
Figura 6.13.	Conocimiento de algún emprendedor (% población, 2012).....	89
Figura 6.14.	Valoración media del estado de las condiciones de entorno para emprender en Galicia (expertos, 2012) ..	90
Figura 6.15.	Posición relativa de Galicia respecto a España en cuanto al estado promedio de las principales condiciones de entorno (expertos, 2012).....	91
Figura 6.16.	Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2012).....	92
Figura 6.17.	Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2012).....	93
Figura 6.18.	Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2012) .....	93



*Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo Galicia 2011 (2012).*

Santiago de Compostela: Confederación de Empresarios de Galicia. ISBN 978-84-695-6179-9.

ISSN 1886-9319.

*Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2012 (2013).*

Trujillo (Cáceres): Fundación Xavier de Salas; Santander: Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE).

[ISSN 1695-9302].



Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un consorcio compuesto, en la edición 2012, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Argelia, Argentina, Austria, Barbados, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Botswana, Brasil, Chile, China, Colombia, Corea, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, El Salvador, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Etiopía, Finlandia, Francia, Ghana, Grecia, Hungría, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Macedonia, Malasia, Malawi, México, Namibia, Nigeria, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Palestina, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumanía, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwan, Trinidad y Tobago, Túnez, Turquía, Uganda, Uruguay y Zambia.

Asimismo, son miembros de la Red Española de Equipos Regionales GEM las comunidades autónomas de Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Cataluña, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco, así como las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Los nombres de quienes integran los equipos, así como los informes nacionales, regionales e internacionales se encuentran disponibles en <http://www.gem-spain.com>.

Aunque los datos utilizados en la confección de este *Informe Ejecutivo GEM Galicia 2012* han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de sus autores (<http://www.gemgalicia.org>).

GEM Global y el equipo investigador de Galicia agradecen a todos los investigadores del proyecto, a los expertos que han colaborado en la encuesta sobre el estado de condiciones de entorno y a sus patrocinadores su trabajo y su apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

© Global Entrepreneurship Research Association: <http://www.gemconsortium.org>



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR  
INFORME EJECUTIVO  
**GALICIA2012**



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

